

# **replika**

TÁRSADALOMTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT

2015/1-2

90–91. szám

# replika

TÁRSADALOMTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT

alapítva 1990-ben

## SZERKESZTI

Berger Viktor, Fáber Ágoston, Győry Csaba,  
Kormos Nikolett, Koroncai András, Sallay Zoltán  
*szerk@replika.hu*

Lapszámunk peer review rendszerben jött létre.

## OLVASÓSZERKESZTŐ

Balikáné Bognár Mária

Kiadja a Replika Alapítvány  
1048 Budapest, Óceánárok u. 7. X/39.  
Felelős kiadó: Vincze Orsolya  
*alapitvany@replika.hu*

## ELŐFIZETÉS

Előfizethető az alábbi címen:  
*elofizetes@replika.hu*



Nemzeti Kulturális Alap



Papíralapú megjelenésünket az NKA és az IBS támogatja.

**<http://replika.hu>**

**ISSN 0865-8188**

## NYOMDAI ELŐKÉSZÍTÉS

Tükörterem Egyesület

## NYOMÁS ÉS KÖTÉS

Robinco Kft., 1089 Budapest, Orczy út 28.  
Felelős vezető: Kecskeméthy Péter

# Tartalom

## ***Belépés Jelszóval! Online világok és kutatási módszereik***

*Szerkesztette: Farkas Judit és Lajos Veronika*

Farkas Judit és Lajos Veronika

**Előszó** .....7

Szijártó Zsolt

**Irányzatok és korszakok a médiaetnográfia kutatásában** ..... 13

Mátyus Imre

**Terepcsere**

A terep fogalmának átvértékelődése a virtuális etnográfiában..... 27

Nagy Károly Zsolt

**Ösvény a dzsungelben** ..... 39

Csáji László Koppány

**Csoda, pokoljárás és a digitális szakadék**

Egy új vallási mozgalom legitimációs technikái a webes és weben kívüli diskurzusaiban.....57

Vásárhelyi Ágnes

**Do I(nterne)t Yourself**

A magyar hardcore punk és a virtuális tér ..... 79

Fekete Mariann

**Intenzív kultúrafogyasztók a hálón**

Szabadidő-struktúra, internethasználat, kultúrafogyasztás..... 99

Glózer Rita

**Internetes paródiavideók és ifjúsági médiahasználat**..... 117

Domokos Mariann – Vargha Katalin

**Elektronikus választási folklór 2014** ..... 141

Balázs Géza

**Netfolklór – intermedialitás és terjedés** ..... 171

Vajda András

**Népi kultúra a világhálón. Használat, kontextus, funkció** ..... 187

**Abstracts** ..... 213

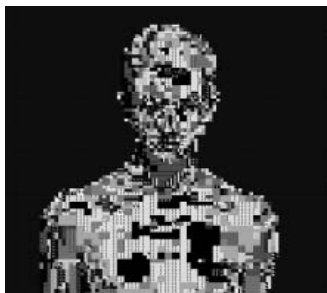
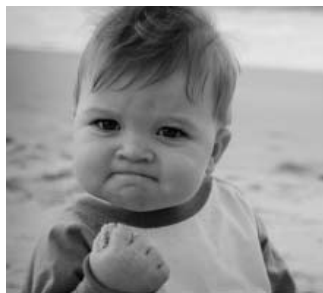


# Belépés Jelszóval!

Online világok  
és kutatási módszerek



Szerkesztette: Farkas Judit és Lajos Veronika



Az internetet és a világhálót (*World Wide Web*, *www*) lehet dicsőíteni vagy kárhoztatni, csupán egyet nem lehet: figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy az infokommunikációs technológia (*information and communication technology*, *ICT*) rendkívül gyors fejlődése milyen jelentős mértékben alakította át az emberek életét az utóbbi két-három évtizedben. Ma már szinte senki nem ütközik meg azon, hogy a társadalmi tájkép jellegzetes figurája a lépten-nyomon telefonáló vagy internetező, az okostelefonját nyomogató ember, aki természetsszerűen, mondhatnánk életvitelszerűen használja az elektronikus és közösségi médiát, a különböző kommunikációs eszközöket, és termel a felhasználó által létrehozott tartalmakat (*user-generated content*, *UGC*). Az internetkutatásokra fókuszáló 90–91. *Replika*-szám a(z elektronikus) médiahasználat és az internetes kutatások problémakörét mutatja be különböző diszciplináris (kulturális antropológiai, néprajzi, szociológiai, kommunikáció- és médiatudományos, nyelvészeti) megközelítésekből.

Mivel az internet és a világháló átalakította az emberek életvilágát és a szociokulturális praxisokat, így a társadalomtudományoknak új módszertani eszközöket kellett kialakítaniuk a komplex (az offline és online gyakorlatokat is magában foglaló) kortárs társadalmi valóságok szisztematikus megértéséhez. A tematikus összeállítás első három írása annak módszertani és elméleti kérdéseit tárgyalja, hogy miként alkalmazható a kulturális antropológiai megismerés metodikája (az etnográfia – *ethnography*) és az értelmezésben használt émikus megközelítés az online kultúrák és közösségek kutatásában, az online és offline valóságok közötti összefüggések megértésében.

A média antropológiája (*anthropology of media*, *media anthropology*) a szakanropológiák számának 1980-as évekbeli megnövekedése idején jelent meg, amit nem sokkal később a szintén a kritikai-interpretatív kutatási paradigmába tartozó kiber-, virtuális vagy online etnográfia (*cyber-ethnography*, *cyber-anthropology*, *virtual ethnography* vagy *online ethnography*) követte. Szijártó Zsolt tanulmánya egy nagyobb lélegzetű munka első része, amelynek célja áttekinteni a tágan értelmezett médiaetnográfia, vagyis a médiatechnológiák használatának kontextusaival foglalkozó médiakutatókat, irodalomtudósokat és kulturális antropológusokat, empirikus kultúrakutatókat is magában foglaló tudásterület néhány fontosabb kérdésfel-

vetését. Szándéka szerint munkája túlmutat a médiakutatás hagyományos keretein, s általánosságban foglalkozik a technológiák és a társadalom közötti viszony alakulásával az elmúlt évtizedekben. Jelen írás azokat az elméleti és módszertani problémákat tárgyalja, amelyek a médiaetnográfia 1980-as évekbeli kialakulásakor fogalmazódtak meg (például, hogyan vált a médiakutatás elfogadott kutatási tárgyává az otthon és a mindennapi élet területe).

A kultúra területiális felfogásának megkérdőjelezése a német és európai etnológiában már az 1960-as években megfigyelhető. Két évtizeddel később az etnológusok és kulturális antropológusok figyelme már következetesen fordult az antropológiai megismerés lokalizációs stratégiáinak irányába. Ennek következtében egy évtizeden belül határozott igény jelent meg a földrajzilag és kulturálisan adott helyhez kötött terepfogalom kritikai megközelítésére (ennek egyik legismertebb és egyben rendkívül vitatott példája a több színterű etnográfia, *multi-sited ethnography*). *Mátyus Imre* tanulmánya az antropológiai módszertan kulcsfogalmának, a terepnek az online környezetben történő átalakulásával foglalkozik, az online kvalitatív kutatások, elsősorban a virtuális etnográfia módszertanának szempontjából gondolja tovább a *terep* tradicionális etnográfiai fogalmát. Ennek érdekében tárgyalja a kulturális antropológiában az 1970–80-as években tapasztalható interpretatív és kritikai fordulatot, majd a terep definíciójára építve összefoglalja a virtuális etnográfia néhány meghatározó tulajdonságát. *Nagy Károly Zsolt* írása már címével – „Ösvény a dzsungelben” – kalandozásra invitálja az olvasót. A szerző járható utat (ösvényt) kíván vágni a dzsungelben: szándéka egyazon keretben értelmezni a kibertér és az online világ néprajzi és kulturális antropológiai kutatásának különböző elméleteit és módszereit. Munkája központjában többek között a terep és a terepmunka, a hipertext és a kollaboráció fogalma áll.

A 21. század elején a társadalom radikális átalakulásának következtében a társadalom- és kultúrakutatók egyre inkább azzal szembesülnek, hogy az emberek életében az online és offline világok, a valós és online személyiségek (vagy digitális identitások) a mindennapokban egymástól elválaszthatatlan, egymást kiegészítő, át- és felülrő komplex egységbe szerveződnek. A *Replika* jelen lapszámában az esettanulmányok sorát két olyan írás nyitja, amelyek egy alapvetően offline térben működő, de az online világban is otthonosan mozgó, azt nagyban használó, illetve felhasználó közösség bemutatására vállalkoznak. *Csáji László Koppány* egy a Kárpát-medencében 2008 óta szerveződő új vallási mozgalmat, a székelyföldi „dénes próféta” közösséget vizsgálta az online etnográfia és a résztvevő megfigyelés módszerével. A tanulmány célja összehasonlítani a csoporttagok által az internet nyilvános terében közzétett tartalmakat a csoport személyközi és valós térben tapasztalható beszédeseményeivel és diskurzusaival. Az elemzés középpontjában azok a legitimációs technikák és tartalmak (narratívák és értékek) állnak, amelyek a csoportkonstrukció alapjaként a természetfeletttel tartott hiteles, intenzív és hatékony kapcsolat igazolását szolgálják. *Vásárhelyi Ágnes* a hazai hardcore punk szubkultúrában végzett kutatása (résztvevő megfigyelés és diskurzuselemzés) segítségével mutatja meg, hogy a virtuális tér (és különösen a közösségi média) hogyan járul hozzá a szubkulturális gyakorlatok megújulásához, miként biztosít kedvező körülményeket a különböző szubkultúrák egymással, illetve a mainstream kultúrával folytatott interakciójához, és hogyan működik közre a szubkulturális kapcsolathálók folytonos újrarajzolásában. A szerző interjúrészletekkel és etnográfiai leírásokkal tarkított utazásra viszi az olvasót, amelynek során láthatóvá válik, hogy a magyar hardcore punkok hogyan egyeztetik össze szubkultúrájuk „csináld magad” szellemiségét és underground logikáját az internet szubkulturális célokra való felhasználásával.

A gyakran X, Y és Z (net-, bedrótozott és Facebook-) generáció névvel illetett, vagy a digitális bevándorlók és bennszülöttek (öslakosok) (Prensky 2001) közé sorolt korosztályokat többek között az online és az offline világhoz kapcsolódó praxisok is élesen megkülönböztetik egymástól. Az internet és egyéb infokommunikációs eszközök terjedése és használatuk általánossá válása a késő modern társadalomban a mindennapi élet számtalan aspektusát változtatta meg – generációnként eltérő módon – többek között a szabadidő eltöltésének módját, a médiahasználatot vagy a kultúrafogyasztási szokásokat. *Fekete Mariann* egy zenei ízlés és preferencia alapján szerveződő online közösség (a *Mindennapi klasszikusok* nevű blog és Facebook-csoport) szociológiai szempontú vizsgálatára vállalkozott. Az elemzésből megtudhatjuk, miként működik egy a klasszikus zenei kultúra köré szerveződő internetes „élményközösség”, mi jellemzi az internethasználat és a kultúrafogyasztási szokások viszonyát. A szerző, arra a kérdésre keresve a választ, hogy a kultúrát demokratizáló információs technológia terjedése milyen hatást gyakorol a szokásokra, megállapítja: az „internet önmagában nem tesz csodát” és nem képes a társadalom fizikai terében tapasztalható egyenlőtlenségek felszámolására.

Közismert, hogy a fiatal és fiatal felnőtt korosztályok egyre inkább távol maradnak a politikától, közömbösek vagy elutasítóak a közélet kérdései iránt. Dacára annak, hogy a 21. század elején a politikai kommunikációnak kifejezetten kedvelt eszköze az elektronikus média (e-mailek, videók, blogok és vlogok stb.), ami egyúttal kiváló témákat szolgáltat az interneten megjelenő folklóralkotásoknak. Az ifjúsági médiahasználat és a népszerű internetes paródiavideók összefüggéseit vizsgáló *Glózer Rita* azt állítja, hogy a direkt politikai kérdésektől távol maradó fiatal korosztályok esetében nem arról van szó, hogy nem érdekelné őket a politika és a közéleti véleménynyilvánítás. Korántsem, hiszen a fiatalok által készített, különféle humoros, parodisztikus stílusú, társadalmi és kulturális témákra reflektáló videók (a Pempi- és a hozzá hasonló videók) igenis a véleménynyilvánítás eszközei. Ezek „komolytalan”, ironikus formában, játékosan szembesítik nézőjüket (és egyben szerzőjüket) a késő modern mindennapok problematikus szociokulturális jelenségeivel, a klasszikus politikai véleménynyilvánítás alternatívájaként működnek.

A tematikus összeállítás utolsó három írásának tárgyköre az internet és a folklór, illetve a néphagyományok közötti összefüggések. *Domokos Mariann* és *Vargha Katalin* cikke egy összetett kutatási program részeként született, amelynek célja az elektronikus folklór vizsgálatának népszerűsítése a magyar folklorisztikában. Jelen írásban a szerzők a 2014-es országgyűlési és európai parlamenti választásokat megelőző kampányidőszakban keletkezett elektronikus folklórt elemzik. Ez nem csak izgalmas olvasmány a választásokhoz kapcsolódóan az interneten megjelenő folklóralkotásokról (például a kampányeseményeket kommentáló internetes mémekről), hanem számos módszertani tanulsággal szolgál az elektronikus folklórral foglalkozóknak. Többek között a megfelelő internetes felület kiválasztásának fontosságára, a mélyreható elemzés és a kutatás tárgyának meghatározása közötti összefüggésekre vagy a szerzőség és a forráskritika kérdésére vonatkozóan.

*Balázs Géza* a netfolklór több szempontú (például a netfolklór nyelvi létmódja, netfolklór és emlékezet) bemutatására vállalkozott, írásában a digitális korszak folklórjelenségeinek elméleti folklorisztikai, technológiai megközelítésével foglalkozik. Tárgyalja a netnyelv és netfolklór kapcsolatát, fontosabb kutatási területeit, valamint példákat hoz a digitalizált kultúra „folklórarchívumaira” és a kapcsolódó jelenségek terjedési módjára. *Vajda András* a népi kultúra interneten történő megjelenését és használatát elemzi, azt, hogy az internetnek

köszönhetően miként válik a népi kultúra és a helyi örökség a kortárs mindennapok részévé. A szerző arra hívja fel a figyelmet, hogy egyre inkább az internet válik a hagyományos kultúra és a kulturális örökség újabb hordozójává és közterévé, ezért érdemes azt megvizsgálni, hogyan használjuk fel az internetet a népi kultúra jelenünkbe való beépítésére, milyen örökség- és hagyományápoló politikák rajzolódnak ki az új médiában.

Az internetkutatások esetében különösen igaz, hogy nagyon vitatott az adatgyűjtés és feldolgozás etikája. A *The SAGE Handbook of Online Research Methods* etikai dilemmákat és kihívásokat tárgyaló fejezete (Eynon, Fry és Schroeder 2008: 23–41) az internetalapú adatgyűjtés három alapvető típusát különbözteti meg: az első a közvetlenül az egyénektől származó adatgyűjtés online módszerrel, a második annak esete, amikor a kutató a virtuális környezetben megfigyelhető interakciók elemzését végzi, és a harmadik, amikor az online domainek széles körű analízise a cél. Az etikai természetű problémák egyik klasszikus dilemmája – az offline térben végzett résztvevő megfigyeléshez hasonlóan – a megfigyelő identitásának felfedése, „láthatóvá tétele” vagy elrejtése (ezt a kérdést érinti *Mátyus Imre* tanulmánya is), például az online világbeli interakciók tanulmányozásakor. Az internetkutatások esetében rendkívül fontos a kontextusok iránti érzékenység (lásd például *Vásárhelyi Ágnes* írását a magyar hardcore punkok internethasználati szokásairól). A szakembereknek nemcsak azt az offline kontextust kell figyelembe venniük, amelyben a vizsgálat történik, hanem az egyes online kontextusok eltérő természetét is, hiszen az internet és annak használata különböző dolgot jelent különböző embereknek. Példának okáért, attól függetlenül, hogy az online játékok nyilvánosak, vajon helyénvaló eljárás-e a tudományos publikációkban felfedni a játékosok nevét (Eynon, Fry és Schroeder 2008: 26)? Az etikai dilemmák közé tartozik még, többek között, az online környezetben végzett kísérletek ügye, a privát-nyilvános közötti határok értelmezése és az annak megfelelő kutatási gyakorlat kérdése, vagy a szó szerinti idézés és az internetes visszakereshetőség következtében megsemmisülő anonimitás között fennálló feszültség.

Szijártó Zsolt az etnográfus Stefan Beck több mint tíz évvel ezelőtt (Beck 2000) megjelent beszámolójának bemutatásával kezdi tanulmányát. Beck, miután az ezredfordulón áttekinthette a médiaetnográfiai jellegű kutatásokat, arra a következtetésre jutott, hogy azok igen szegényesek, alig találni köztük tudományos elemzést. Úgy tűnt, mintha az empirikus kultúrakutatás tudatosan távol tartaná magát ezeknek a jelenségeknek a vizsgálatától. Ez azért is különösen furcsa – hangsúlyozza Beck és az ő nyomán Szijártó is –, mert:

az etnográfiai-antropológiai kutatások látóterébe gyakran kerülnek olyan társadalmi csoportok, melyek mindennapi életében a médiahasználat kiemelt szerepet játszik. A különböző migráns csoportok, a diaszpórák közösségek, a szubkultúrák életmódjának, szokásrendszerének bemutatása gyakorlatilag elképzelhetetlen az egyes médiumokhoz fűződő kapcsolataik bemutatása és értelmezése nélkül (Szijártó 2015: 13).

Úgy véljük, ma már bátran állítható, hogy többek között az etnográfia és antropológia is feladta a kibertér, az internetes kultúrák és közösségek, továbbá a médiumrendszerek megismerésére vonatkozó tartózkodását, és számtalan kutató tekinti kikerülhetetlennek az online világok tanulmányozását. Ez teljes bizonyossággal kijelenthető, legyen szó akár arról, hogy az online valóságot a terepmunka helyszíneként értelmezik, vagy akár arról, hogy az internet és a közösségi média nyújtotta lehetőségeket a szakemberek az adatgyűjtés módszereként hasznosítják, mint például a virtuális etnográfia és az online fókuszcsoport vagy az egyéb



kvantitatív és kvalitatív online kutatási módszerek esetében. A hazai tudományosságban is tapasztalható nyitásnak ékes bizonyítéka a *Replika* legújabb tematikus száma, melyet kezében tart a kedves olvasó.

### Hivatkozott irodalom

- Beck, Stefan (szerk.) (2000): *Technogene Nähe. Ethnographische Studien zur Mediennutzung im Alltag*. Münster: Lit.
- Eynon, Rebecca, Jenny Fry és Ralph Schroeder (2008): The Ethics of Internet Research. In *The SAGE Handbook of Online Research Methods*. Nigel Fielding, Raymond M. Lee és Grant Blank (szerk). London – Los Angeles: Sage, 23–41.
- Prensky, Marc (2001): Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon* 9(5): 1–6.
- Szijártó Zsolt (2015): Irányzatok és korszakok a médiaetnográfia kutatásában. *Replika* (90): 13–25.

Szijártó Zsolt

## Irányzatok és korszakok a médiaetnográfia kutatásában

A tanulmány középpontjában egy Magyarországon mindeddig meglehetősen mostohán kezelt kutatási irányzat, a médiaetnográfia áll. A médiaetnográfia fontos ismereteket közöl számunkra egyrészt arról, hogy a kulturális antropológia hagyományos módszerei és elméletei miképpen használhatók fel az új, digitális médiumok, az internet virtuális világában; illetőleg ezek az új kutatási-alkalmazási területek miképpen hatnak vissza az antropológiai megismerés módszertanára. A tanulmány e kutatási tradíció alapvető kérdésfeltevéseit a legfontosabb szerzők és könyvek bemutatásán keresztül a nyolcvanas évekbeli megjelenésekor vizsgálja.

### Bevezetés

Több mint tíz évvel ezelőtt jelent meg az a kutatási beszámoló, amely (egy gyorsmérleg készítésének igényével) megpróbálta számba venni a médiaetnográfiai jellegű kutatások lehetőségeit és problémáit. Az áttekintést készítő etnográfus, Stefan Beck az empirikus kultúrakutatás tradíciójából kiindulva vázolta fel a „médiahasználat kulturális antropológiájának perspektíváit” (Beck 2000: 4). Tanulmányában meglehetősen lesújtó kép rajzolódott ki a területről. Némi keserőséggel állapította meg, hogy az új médiumok társadalmi hatásairól, a felhasználók viselkedéséről szóló diskurzusokat inkább különféle próféciaíáknak lehet tekinteni, mintsem tudományos elemzéseknek, a nyilvános közbeszédet leginkább ismeretterjesztő kis „színesek” uralják, miközben a társadalomtudomány – különösen az empirikus orientáltságú kultúrakutatás – feltűnően tartózkodó e jelenségekkel kapcsolatban. Ez a visszahúzóó magatartás annál is érthetlenebb, hiszen az etnográfiai-antropológiai kutatások látóterébe gyakran kerülnek olyan társadalmi csoportok, melyek mindennapi életében a médiahasználat kiemelt szerepet játszik. A különböző migráns csoportok, a diaszpóráközösségek, a szubkultúrák életmódjának, szokásrendszerének bemutatása gyakorlatilag elképzelhetetlen az egyes médiumokhoz fűződő kapcsolataik bemutatása és értelmezése nélkül.

Ennek ellenére az empirikus kultúrakutatás lehetséges témái között a mindennapi élet struktúrái és a médiumrendszerek közötti összefüggések (ezen belül a médiaelsajátítás, a médiahasználat összetett, szociokulturálisan meghatározott folyamatai) leginkább csak esetenként és periférikusan jelentek meg. Mindez hatással volt a terület – a médiaetnográfia – korabeli intézményesülésére. Így például arra, hogy a „médiaetnográfia” címszó alatt nagy számban olyan filozófiai és kultúraelméleti megközelítésmódok jelentek meg, amelyek csak meglehetősen távoli kapcsolatot ápoltak az etnográfiai megismerésmóddal, inkább az elméleti orientáltság és az univerzalisztikus kérdésfelvetés jellemezte őket.<sup>1</sup> Ugyancsak „médiaetnográfiként” definiálták önmagukat azok a *cultural studies* képviselőihez (leginkább David Morley-hoz és Roger Silvertone-hoz) kapcsolódó médiakutatói elméletek és programok, amelyek vizsgálataiból ugyanakkor sok esetben hiányzik a terepmunka módszere.<sup>2</sup> Dacára a területen zajló, feltűnően élénk öndefiníciós törekvéseknek, dacára a sokszoros tematikai érintettségnek, különösképpen látványos, hogy a kulturális és társadalmi különbségek iránt érzékeny, kiterjedt empirikus vizsgálatokat végző kulturális antropológiai-etnográfiai kutatások közül szinte teljesen hiányoznak a médiumokra (médiumelsajátításra és -használatra) fókuszáló megközelítések.

2011-ben jelent meg *Tales from Facebook* címmel a neves angol szociálandropológus, Daniel Miller könyve a Facebookról (Miller 2011). A szerző antropológiai indíttatású érdeklődése a digitális médiavilág jelenségei iránti nem új keletű, már 2000-ben Don Slaterrel együtt elkészítettek egy fontos kézikönyvet az internet etnográfiai tanulmányozásának elméleti és módszertani kérdéseiről (Miller és Slater 2000). Miller szerint egy antropológus számára a Facebook kiemelt kutatási területet jelent. Olyan területet, amely nem csupán vizsgálatra érdemes társadalmi-kulturális jelenségek egész sorát foglalja magában, hanem e diszciplína öndefiníciója számára is fontos. Az antropológiai-etnográfiai megközelítés egyik legfontosabb sajátossága – a Facebook alapfilozófiájához hasonlóan – éppen abban rejlik, hogy „az embereket nem elszigetelt egyedi lényekként, hanem a másokhoz fűződő interakcióik csomópontjaként vizsgálja” (Miller 2011: 6). Azaz az antropológia már jóval a Facebook megjelenése előtt a „közösségi hálózatok” nézőpontjából kiindulva tekintett az egyes individuumokra, természetesen tehát, hogy azt az új technológiát, amely kifejezetten e szempont köré szerveződik, be kell emelni a kutatási területek közé.

Miben ragadható meg Miller szerint leginkább a Facebook antropológiai kutatásának sajátossága? Elsősorban az alkalmazott módszerben: így, noha nap mint nap elgondolkodtató statisztikai adatok, számsorok jelennek meg a Facebook elterjedéséről, széles körű használatáról, az antropológiai megközelítés számára ezek legfeljebb kiindulópontokként szolgálnak. E kvantitatív adatsoroknál sokkal fontosabb számára a felhasználók szociokulturális környezetének, a Facebookhoz kapcsolódó cselekvéseiknek és stratégiáiknak empirikus, „tapasztalatközeli” vizsgálata. Másrészt abban a szemléletmódban, mely az antropológia talán legfontosabb alaporientációját jelenti: eszerint a különböző globális jelenségeket lokális perspektívákba kell helyezni, majd ezekből kiindulva lehet őket értelmezni.

---

1 A legújabb német nyelvű, az áttekintés szándékával íródott kézikönyv is ebben a megközelítésben tárgyalja a kérdést (Bender 2014).

2 A kulturális antropológia (szociálandropológia) és a *cultural studies* közötti fennálló különbségek, alkalmankénti feszültségek jelen összefoglaló keretei között terjedelmi okokból nem tárgyalhatók. Érdemes ezzel kapcsolatban utalni arra a vitára, amely 2007-ben zajlott a *Zeitschrift für Kulturwissenschaften* című folyóiratban, majd a hozzászólások még ugyanebben az évben könyv alakban is megjelentek (Frank 2007).

E két könyv megjelenése között kevesebb mint húsz év telt el, ugyanakkor jól látható, hogy ezen idő alatt az új médiumok antropológiai vizsgálata átalakult. Az a tematika, amelyvel kapcsolatban a kezdetben többnyire inkább tartózkodó, néha elutasító magatartás volt jellemző, lassan kitört periferiális helyzetéből, s mindinkább a különféle antropológiai kutatások legitim tárgyává vált. Ráadásul nem csak egy új kutatási terület legitimitása teremtődött meg, hanem olyan problémák is felvetődtek az új médiumok kapcsán, melyek sok esetben e tudományos diszciplínát alaptételeinek újragondolására ösztönözték.<sup>3</sup>

\*

Jelen tanulmány egy hosszabb lélegzetű írás első fejezete, amely megpróbálja áttekinteni az általában „médiaetnográfának” nevezett terület néhány fontosabb kérdésfelvetését, mégpedig az empirikus társadalomkutatás aktuális problémáiból kiindulva. Célja ugyanakkor némileg távolabbi, túlmutat a médiakutatás hagyományos keretein, s általánosságban foglalkozik a technológiák és a társadalom közötti viszony alakulásával az elmúlt évtizedekben.<sup>4</sup> A különböző társadalmilag releváns technológiák között nyilvánvalóan kiemelt szerepet játszanak a médiatechnológiák. Ám társadalmi implementálódásuk nem sokban különbözik más technológiák elfogadási-elsajátítási folyamataitól, azaz teljes joggal vizsgálhatók egy szélesebb, technikaszociológiai keretben.

Jelen első rész főként a kezdetekkel, a kérdésfelvetés megjelenésével s a terület intézményesülésének első korszakával foglalkozik. Az áttekintés a nyolcvanas évek végén zárul. Az időszak sajátossága, hogy meglehetősen szétartó kezdeményezések rendeződtek néha véletlenszerűen egymás mellé. A „médiaetnográfaként” címkézett tanulmányok szerzői különböző diszciplínákból – az irodalomtudományból, a médiakutatásból, a kulturális antropológiaként, empirikus kultúratudományként jellemzett területről – érkeztek, s vetettek fel olyan kérdéseket, melyek főként a médiatechnológiák használatának kontextusaira vonatkoztak.<sup>5</sup>

### A kezdetek – az irodalomtudományi megközelítés

A médiaetnográfia múltbéli történetét és jelenkori lehetőségeit bemutató egyik legújabb, először 2006-ben megjelent, majd 2011-ben újra kiadott összefoglaló tanulmányukban Götz Bachmann és Andreas Wittel is hangsúlyozzák, hogy nincs könnyű helyzetben az a kutató, aki ezzel a területtel szeretne foglalkozni (Bachmann és Wittel 2006). Nem könnyű az irányzat meghatározása, hiszen az etnográfia a médiakutatásban meglehetősen diffúz módon van jelen, sok esetben magában foglalja a megértő, illetőleg a kvalitatív módszereket.

Mindenestre tény, hogy e címke alá szokás besorolni a nyolcvanas évek közepén-végén a kommunikáció- és médiakutatás megújításával kísérletező kezdeményezéseket. Közös volt

---

3 A sokszor előkerülő kérdések közé tartozik, hogy mit jelent például a terepmunka egy online közösség vonatkozásában, hogyan lehet kutatni a különböző virtuális közösségeket? Erről lásd részletesen Hine (2001, 2005).

4 A kérdéssel már korábban is foglalkozott pl. Sziájtó (1998) vagy újabban Sziájtó (2012).

5 Jelen áttekintés főként az empirikus kultúrakutatás kérdésfelvetéseit mutatja be részletesebben, természetesen elképzelhető olyan megközelítésmód, amely kifejezetten a médiakutatásra koncentrál (Császi 2008) vagy az irodalomtudományból kiindulva vizsgálja a kérdést.

bennük, hogy valamennyien a közönségkutatás területén tevékenykedtek, hogy mind elméletileg, mind módszertanilag újfajta megközelítésekkel próbálkoztak, s osztoztak abban az alapmeggyőződésben, hogy túl kell lépni a szövegközpontú elemzéseken, mégpedig a különböző kommunikációs helyzetek, médiumokhoz kapcsolódó cselekvések vizsgálatának irányába.

Néhány példa jól mutatja a nyolcvanas évek közepén-végén „médiatnográfának” nevezett megközelítések sokszínűségét. Elsőként Ian Ang klasszikus, Magyarországon is jól ismert 1982-es, angolra 1985-ben lefordított *Watching Dallas* című könyvét érdemes megemlíteni (Ang 1985 [1982]).<sup>6</sup> Anget főként a Dallas, mint médiaszöveg recepciója foglalkoztatta, mégpedig Stuart Hall klasszikus kódolás/dekódolás modelljét (Hall 2007 [1980]) felhasználva, ám a kutatás során a szövegelemzés bevett (elsősorban stiláris és műfaji kérdéseket középpontba állító) módszerét kibővítette a nézői reakciók vizsgálatával, amelyek egy hetilapban feladott hirdetésére érkeztek.<sup>7</sup>

Marie Gillespie egy évtizeddel később megjelent könyve már kifejezetten etnográfiai indíttatású munka (Gillespie 1995). A szerző London egyik külső kerületében, Southallban készített interjúkat indiai fiatalokkal az otthoni médiahasználati szokásaikról, mégpedig a televíziót és a videót középpontba állítva. Kutatásai főként a médiahasználatban megjelenő generációs különbségekre irányultak, s azokat a mindennapi élethelyzeteket átszövő tárgyalási (konfliktusos és megegyezésszerű) folyamatokat mutatták be, amelyek az egyes médiumok használatának szabályaira vonatkoztak.

Két művet érdemes külön is kiemelni, mivel alapvető szerepet játszottak a kommunikáció- és médiakutatás etnográfiai irányzatának intézményesítésében. Janice Radway és David Morley nyolcvanas évek közepén megjelent s klasszikussá vált munkái Magyarországon is ismertek.<sup>8</sup> Janice Radway – populáris irodalommal foglalkozó irodalomtörténész – nevéhez fűződik az „értelmező közösség” fogalmának felhasználása,<sup>9</sup> amely később a médiaelsajátítás-kutatások egyik kulcskategóriájává vált, mert lehetőséget kínált a kutatóknak arra, hogy feltérképezzék a médiatartalmak recepciójának csoportspecifikus sajátosságait. Szerinte a mindennapi olvasóközönség különböző értelmező közösségekből tevődik össze, melyek meghatározott előfeltevésekben osztoznak. Így tagjaik egyes műfajok iránt lelkesednek, míg másokat kifejezetten elutasítanak, egy adott médiatermék/-tartalom értelmezése során meghatározott mintákat mozgósítanak, s e médiatartalmakat meghatározott formák és gyakorlatok mentén sajátítják el (Radway 1984).

Radway könyvének hősei (illetőleg hősnői) egy Smithton (ál)nevű amerikai kisvárosban élő fiatal háziasszonyok, életükben fontos szerepet játszik a település könyvesboltja. Közös

6 Magyarul egy részlet olvasható belőle: Ang (1995 [1982]).

7 Két megállapítást érdemes felidézni: egyrészt megmutatta, hogy az interpretációk szabadságának is megvannak a maga határai, azaz a médiaszöveg tartalma meghatározza a szóba jöhető interpretációk körét. Rámutatott arra is, hogy a nézők nagyra értékelik a sorozat „realizmusát”; a szereplők közötti különböző konfliktusok értelmezésekor fontos a hitelesség (s ezzel együtt az azonosulás lehetősége).

8 Lásd bővebben, további irodalommal: Császi (2008).

9 Maga a fogalom az irodalomtudományból származik, Stanley Fish a nyolcvanas évek elején ennek segítségével különítette el egymástól a különböző (irodalom)tudós-közösségeket (így a szemiotikai elemzést végzőket, a posztstrukturalistákat, a befogadáesztétika képviselőit), amelyek mindegyike meghatározott, önálló elvárásokkal közelít a szövegekhez. Radway elméleti innovációja abban rejlett, hogy ezt a fogalmat az irodalomtudósok közösségén túl, a populáris kultúra területén is használni kezdte. Erről bővebben: Kálmán C. (2001).

szenvedély kapcsolja őket össze, meghatározott médiaformátum (és tartalom), a szerelmes regények rendszeres fogyasztása. Radway empirikus kutatásai szerint<sup>10</sup> a könyvek olvasói (szinte kizárólag középosztálybeli, férjezett, gyereket nevelő asszonyok) e mesészerű történetek „elsajátítása” során egy meglehetősen bonyolult, kettős oppozíciós rendszert használnak. Az egyik ilyen oppozíciós pár magához a tevékenységi formához – az olvasás aktusához – kapcsolódik. Ezek a kisvárosban élő háziasszonyok úgy érzik, hogy a gyermeknevelés, a házimunka és a ház körüli tevékenységek következtében valósággal kirekesztődtek a társadalomból, saját otthonaik foglyaivá váltak. A társadalom által rájuk kényszerített helyzet ellen emelnek (némán) szót az olvasáson keresztül.

A másik oppozíciós pár magához a választott médiaműfajhoz kapcsolódik. Hogyan is fest az „ideális szerelmi történet”? „Az általuk előnybe részesített könyvekre általában az egy férfi és egy nő felépítés jellemző, a történetekben a romantikus hős minden figyelme a hősnőre irányul, akivel ők azonosulnak” (Radway 1984: 67). E történetek a női olvasók számára lehetőséget kínálnak arra, hogy a férfiak által megjelenített patriarchális világképpel és gyakorlatokkal szemben megfogalmazzák fenntartásaikat, s megvalósítsanak valamifajta „virtuális szerepcserét”. Miközben mindennapi életük a család többi tagja (férj, gyerekek) körül forog, itt egy olyan női szereppel azonosulhatnak, amely mások törődésének kizárólagos tárgya.

A média fogyasztása nem korlátozódik a szórakozásra, a szabadidő eltöltésére, esetleg az érdeklődés kielégítésére, hanem alapvető társadalmi funkciókat is betölt. Valamifajta menekülést<sup>11</sup> kínál az idegen, mások által meghatározott mindennapokból, esélyt nyújt a társadalmon-közösségen belül egy szabad tér megteremtésére, illetőleg fontos emocionális szerepe is van.<sup>12</sup> A kutatásból az is világosan kiderült, hogy az olvasók kapcsán jogosan használható az „értelmező közösség” fogalma, hiszen befogadóként kétségkívül osztoznak a szerelmes regények elsajátításának „közös céljaiban, preferenciáiban, interpretációs mintázataiban”.

Egy fontos kérdés a szociokulturális kontextushoz kapcsolódóan, hogy az értelmező közösségek mennyiben feleltethetők meg tényleges, „reális” társadalmi csoportoknak, amelyeket szoros és közvetlen társadalmi-kommunikációs kapcsolatok fűznek össze, hasonlóan egy rockzenekar rajongóihoz. Esetleg olyan „elképzelt”, virtuális közösségekkel van dolgunk, melyeket egyazon médiaműfaj kedvelése kapcsol össze. Radway álláspontja egyértelmű: a fiatalasszonyok hasonló médiafogyasztása nem valamifajta konformitás eredménye, hanem közös társadalmi, mindennapi-életbeli helyzetekre vezethető vissza. Arra a társadalmi szerep- és elvárásrendszerre, amellyel az amerikai középrétegekből származó nőknek – mint feleségeknek és anyáknak – a kertvárosok településein a nyolcvanas évek során szembesülniük kellett.

---

10 Radway 1979–1981 között 5 szakértői interjút készített a könyvesbolt vezetőjével a vásárlókról, az érdeklődési területekről, olvasási szokásairól. Ezenkívül – a korabeli médiakutatások között meglehetősen szokatlan módon – otthoni környezetében felkereste mind a 42 törzsvásárlót, s 2 félig strukturált kérdőív segítségével motívumaikról, társadalmi-kulturális helyzetükről kérdezte őket. A kutatást 2 fókuszcsoportos beszélgetés foglalta össze s zárta le.

11 A „menekülés”-konceptió jelentős hagyománytörténettel rendelkezik – a turizmus vonatkozásában lásd Szi-jártó (2000: 7–23). Radway az „élményracionalitás” fontosságát hangsúlyozza, a szerelmes regények olvasásakor egy személyes élményhely jön létre a mindennapi élet kontextusában.

12 Ugyanakkor az olvasásnak nem csupán pozitív hozadéka van, sokszor (hasonlóan a televíziózás elsajátítási formáival) egyúttal büntudatot is kialakít: sokallják a házimunkából elcsent, erre fordított időt, a kiadott pénzt.

Radway kutatásainak jelentőségét az adja, hogy megteremtette egy olyan kommunikáció- és médiakutatás lehetőségét, amely túllép a szövegekben rejlő jelentések vizsgálatán, mégpedig a különböző befogadói aktivitások és szociokulturális élethelyzetek figyelembevétele irányába. A könyv fontos eredménye volt, hogy középpontba állította az „értelmező közönség” fogalmát,<sup>13</sup> s az otthon, a mindennapi élet területét a médiakutatás legitim tárgyává tette.

### David Morley – a *cultural studies* megközelítése

David Morley 1986-ban megjelent könyve (*Family Television*) jól példázza, hogy a Radway által felvetett kérdések (a médiaszöveg helyett a befogadás szituációjának elemzése, a szociokulturális kontextusokra irányított figyelem) a kommunikáció- és médiakutatáson belül is megjelentek, s hasonló következtetésekhez vezettek. Ezen a területen is megfogalmazódott egy a társadalmi kontextusok iránt érzékeny, a kulturális antropológia módszereit is felhasználó, „etnográfiai” nevezett megközelítésmód igénye. A médiakutatás ezen újrafogalmazását jól mutatja, hogy Morley saját, a hetvenes években lezajlott klasszikus Nationwide-kutatását (Morley 1980)<sup>14</sup> állította kritikailag középpontba, s változta a korábbi kérdésfelvetések, módszerek elégtelenségét, illetőleg egy új megközelítés lehetőségét.<sup>15</sup>

Az 1980-ban megjelent könyv azt a kérdést tárgyalta, hogy a kora esti magazinműsor (a *Nationwide*) nyelvi és vizuális kódjainak textuális elemzésén keresztül miképpen rekonstruálható egy speciális reprezentációs mód, hegemon kód. Az első részletesebben tárgyalt problémakör, amelynek újragondolását Morley elengedhetetlennek tartotta, alapvetően metodológiai természetű. A Nationwide-kutatás egyik része fókuszcsoportos beszélgetéseken alapult. Az 5–10 fős csoportokat főként a képzettség és a foglalkozás alapján alakították ki, így voltak közöttük tanárok, bankmenedzserek, egyetemi hallgatók, szakszervezeti tisztségviselők. Fontos hozzátenni, hogy a társadalmi homogenitás megőrzése érdekében a csoportokat a mindenkorai intézményi kontextusaikban keresték fel, azaz a műsorral különböző „nyilvános terekben” (iskolákban, külön vetítéseken) találkozhattak.

Morley fél évtized távlatából úgy ítélte meg, hogy ez a médiabefogadás szempontjából egyáltalán nem tipikus helyzet több tekintetben is determinálta a kutatás lehetséges kérdéseit, s ezzel együtt az eredményeit. E módszertan ugyanis kizárólag az adás tartalmával (a médiaszöveggel) kapcsolatos kérdések tárgyalását tette lehetővé, a befogadás/elsajátítás „tipikus” módjával, a szociokulturális kontextussal összefüggő problémák szükségképpen kimaradtak a kutatásból.

Ráadásul – gondolta tovább Morley a módszertani előfeltevéseket – a fókuszcsoportos interjúk kapcsán maga a kutatás teremtetten meg a médiahasználók egy adott közösségét, s ezzel egy sajátos, itt érvényes dekódolási mintát kínált, amely csak kevésbé kapcsolódott a mindennapi médiahasználathoz. Mi történik abban az esetben, ha ugyanezek az adatközlők

---

13 Az „értelmező közönség” fogalma időközben jelentős karriert futott be a kultúrakutatásban, legjobb példa erre a különböző rajongói közösségek elemzése. Ugyanakkor érdemes a koncepció alkalmazhatóságának határait is figyelembe venni, hiszen sokszor nem igazán találhatók olyan „homogénnek” tekinthető közösségek, amelyek osztoznak „a célokban, preferenciákban, interpretációmintázatban” (erről részletesen Hepp 2010).

14 Átfogóan és magyarul lásd Morley (1999a [1992]).

15 Lásd Morley (1986), illetve összefoglalóan Morley (1999b [1992]).

saját otthonaikban, a médiahasználat maguk által megteremtett mindennapi feltételei között egészen másfajta válaszokat adnak ugyanazokra a kérdésekre?<sup>16</sup>

Morley egy olyan, általa „etnográfiai”-nak nevezett kutatási módszer kidolgozását tartotta szükségesnek, amely a médiafogyasztást (televíziózást) azon a helyen vizsgálja, ahol az ténylegesen végbemegy: így elsősorban a háztartás falai között, a család kontextusában. A „viewing context” fogalom segítségével próbálta megragadni a médiafogyasztás vonatkozásában releváns tipikus életvilágbeli helyzeteket. Kiemelten kezelte a médiacselekvések és a közvetlen kommunikációs interakciók közötti összefüggések vizsgálatát, illetőleg fontosnak tartotta felhívni a figyelmet a média társadalmi használatának különböző formáira is.

Morley „etnográfiai” módszertana a következőképpen nézett ki: a kvalitatív társadalomkutatás eszközeivel, nyitott interjúk segítségével, saját otthonában vizsgálta 18, London déli részén élő, középosztályhoz tartozó család médiahasználatát. Az interjúk elemezése során Morley-nak sikerült fontos tartalmi-tematikai csomópontokat felfedeznie. Ezek közül is kiemelkedik egy tematika, amely a háztartások kontextusában zajló médiafogyasztás központi viszonyítási pontja, értelmezési kerete lett. Ez pedig a médium (televízió) és a társadalmi nem (gender) közötti összefüggés vizsgálata.<sup>17</sup> E problématerülethez egy jelentős kutatási tradíció kapcsolódott, a kilencvenes években sorra jelentek meg azok a tanulmányok, amelyek vizsgálták a médiahasználatban megfigyelhető genderspecifikus különbségeket, a programválasztásban (illetőleg a távkapcsoló feletti küzdelmekben) kifejeződő hatalmi pozíciókat, illetőleg a médiaelsajátítás eltérő (férfi/női) stílusait.

Morley könyve alapvető változásokat hozott a média antropológiai tanulmányozásban: ez a könyv irányította rá ugyanis a figyelmet a mindennapi mediabefogadás társadalmi kontextusára és kulturális stílusaira, s tette lehetővé a kutatás középpontjának áthelyezését is: a különböző recepciók módok elemzése helyett a mindennapi élet etnográfiája került középpontba.

### **Hermann Bausinger és az empirikus kultúrákutatók megközelítése**

Érdekes, de talán nem meglepő módon a kulturális antropológiából származik a háztartások keretei között zajló médiahasználat egyik legelső, empirikus leírása. Nem az amerikai – éppen a hetvenes évektől megújuló – kulturális antropológiából érkeztek közvetlen impulzusok a médiakutatás számára, hanem az ugyancsak jelentős átalakításokon, modernizáción keresztül német néprajztudományból. E terület egyik nagy hatású, Magyarországon is ismert képviselője Hermann Bausinger, aki közvetett és közvetlen úton is hozzájárult az angolszász kommunikáció- és médiakutatás megújításához.

---

16 Morley utal a probléma elméleti vonatkozására is. Az általa használt Hall-féle klasszikus kódolás/dekódolás elmélet a médiaelsajátítás kérdéseit leginkább dekódolási problémaként ragadta meg, s ebben a keretben felvetettek voltak a médiaszöveg és a befogadók szociokulturális helyzetére vonatkozó kérdések. Hall az interpretációs módok létrehozásakor az osztályhoz tartozást alapvetőnek tartotta, más társadalmi mutatókat viszont figyelmen kívül hagyott. Ebből több probléma is adódott: nehezen volt például magyarázható az a tény, hogy noha a bankmenedzserek és a tanárok nem egy társadalmi osztályba tartoznak, ám recepciójuk mégis nagyon hasonló.

17 Néhány kritikában meg is fogalmazódik az az észrevétel, hogy Morley – a médiaelsajátítás különböző formáit kutatva – mintha túl is hangsúlyozná a nemi szerepek jelentőségét e különbségek előállításában.



Bausinger érdeklődése a médiumok szerepe, kulturális jelentősége iránt nem új keletű, mindig is foglalkoztatta az áthagyományozódott szövegek, elbeszélések, történetek transzformációja a különböző tömegkommunikációs médiumokban (újságok, rádió), illetőleg az, hogy miképpen élnek tovább e korábbi ismerettartalmak az új mediális hordozókban. Mindenképpen újszerű, s a médiakutatásban is szokatlan volt az az értelmezési keret, amelyben a médiumokat vizsgálta; ez pedig a technika/technológia és a mindennapi élet kapcsolata.

Már 1961-es, magyarul is megjelent *Népi kultúra a technika korszakában* című habilitációs írásának középpontjában is ez a probléma állt (Bausinger 1994 [1961]), de az új technológiák és a mindennapi élet közötti bonyolult viszonyrendszerek elemzése e gazdag életmű újra és újra visszatérő, megunhatatlan témáit jelentették.<sup>18</sup>

A hatvanas-hetvenes évek során elsősorban tudományon belüli okok miatt foglalkoztatta a kérdés. Törekvései ekkor a tudományterület modernizálására irányultak: hogyan dolgozhatók ki egy olyan új néprajztudomány elméleti és módszertani alapelvei, amelynek a múltból származó maradványok, hagyományok vizsgálatán túl érvényes mondanivalója van a jelen mindennapi életéről, gyorsan átalakuló valóságáról is. Mivel a különböző technológiák (közlekedési eszközök, háztartási gépek és médiatechnológiák) megjelenése és gyors elterjedése felforgatta a mindennapi élet megszokott rendjét, ezért e terület empirikus kutatását különösen fontosnak tartotta. Ugyanakkor a technológiákhoz a korabeli néprajztudomány meglehetősen ambivalensen viszonyult, nem vizsgálta a különböző technológiák mindennapi életbeli elterjedését, használatuk különböző formáit. E tartózkodó magatartás háttérben főként ideológiai okok húzódtak meg. Olyan, a történeti időn kívüli, gépies-mechanikus, szervezett-rationális jelenségeknek tekintette őket, amelyek összeegyeztethetetlenek a hagyomány világával, mely pontosan ellenkező elvek mentén szerveződött: a történeti időben alakult ki, organikus szerveződés jellemezte.

Bausinger számos példán keresztül mutatta be a technológiaellenes beállítódás történetileg a romantika korszakába visszavezethető gyökereit. Ugyanakkor az ideológiai megközelítéssel szemben inkább a technika mindennapivá válását emeli ki: azt a fejlődési utat, ahogyan a területtel kapcsolatos félelmek és ellenérzések a technika uralásával és megszőkottá válásával párhuzamosan fokozatosan lebomlottak. E folyamat eredményeképpen a technológiák már nem távoli, fenyegető eszközökként jelentek meg az életvilágok horizontján, hanem „naturalizálódtak”, a mindennapi élet szerves részeivé váltak. Éppen ezért – fejezi be argumentációját a szerző – a kortárs empirikus kultúratudományoknak (így a néprajztudománynak is) fokozott figyelemmel kell kísérniük a technológiák által kiváltott, a mindennapi élet keretei között lezajló változásokat, hiszen ezek elkerülhetetlenül megjelennek a népi kultúra különböző „termékeiben” – elbeszélésekben, történetekben, tárgyakban (Bausinger 1981).<sup>19</sup>

Bausinger a technológia és a mindennapi élet viszonyát vizsgálva bőséggel hozott fel olyan példákat, amelyek arról szóltak, hogy a felhasználók a technológiák időnként bekövetkező csődjét hogyan próbálják különböző nem rationális, „mágikus” eljárásokkal (a szerkezet ki- és újra bekapcsolásával, esetleg szét- és összeszerelésével, stb.) megoldani. Mi történik

18 Bausinger talán legfontosabb témája manapság, a technikasociológia megújulásával, a különböző szerző-aktor elméletekkel együtt vált újra nagyon aktuálissá.

19 Bausinger technikafogásának rekonstruálására Stefan Beck tett kísérletet a közelmúltban. Eszerint ez a technikafogalom „mindenekelőtt alkalmazott természettudományos jellegű, amely a középpontjában álló racionális struktúra mentén jellemezhető” (Beck 2012: 241).

azokban az esetekben, amikor valamely technológia kapcsán kiderül, hogy az elsajátítás csak látszólagos volt? Hogyan értelmezhető ezen irracionális gondolkodási formák, cselekvésmódok megjelenése egy racionalitás által uralt világban? Az egyik lehetséges magyarázat szerint (Bausinger 1984) ezekben az esetekben valamifajta „regresszió” történik, egy korábbi mágikus-irracionális gondolkodásmód maradványai kerülnek elő.<sup>20</sup> Bausinger számára azonban ezek a példák inkább egy – a modernség kulturális rendszerére amúgy is jellemző – kompenzációs jellegű mozgást szemléltetnek. Ennek célja pedig nem más, mint hogy a technika egyre átláthatatlanabb világán belül megteremtődjön valamifajta áttekinthetőség és ezzel együtt kezelhetőség.

Jó egy évtizeddel később, 1981-ben, korábbi kutatásaira visszatekintve Bausinger éleslátó kritikát fogalmazott meg saját előfeltevéseivel kapcsolatban, s helyezte új alapokra a technológiák és a mindennapi élet összefüggésének vizsgálatát (Bausinger 1981). Úgy látta, hogy a technológia és a társadalom viszonyáról festett kép túlságosan is mechanikus leírását adják egy sokkal bonyolultabb összefüggérendszernek. Ez a megközelítés egy inger-válasz modell mentén gondolkodik, miközben a technikához fűződő kapcsolatok társadalmi tényezői háttérbe szorulnak. A nyolcvanas években született írásai éppen ezért már kifejezetten a technológia elsajátításának társadalmi-kulturális, csoportspecifikus jellemzőit vizsgálták. Ennek kapcsán kerülnek előtérbe az elsajátítás speciális társadalmi környezetei, egyebek mellett az otthon falai között zajló médiahasználat.

E koncepcióváltás jellemző példája a németül 1983-ban megjelent *Mindennapi élet, technika, médiumok* című írása, amelynek középpontjában már kifejezetten a médiatechnológia áll, illetőleg a médiatechnológia beágyazódása a mindennapi élet összefüggérendszerébe (Bausinger 1983). A tanulmányt egy évvel később angolra is lefordították az egyik legfontosabb médiával foglalkozó folyóiratban (Bausinger 1984), s jelentős hatást váltott ki a médiakutatók körében.<sup>21</sup> A szöveg egyrészt tudománytörténetileg érdekes – hiszen a Roger Silverstone által létrehozott „domesztikációs megközelítés” egyik fontos kiindulópontjaként szolgált –, ugyanakkor fontos kiindulópontokat kínál a jelen médiakultúrájának leírásához is.

A tanulmány a címben jelzett három fogalom – a „mindennapok”, a „médiumok” és a „technika” – köré épül. Elméleti háttérét a „mindennapi élet” ekkortájt fontossá vált fogalma alkotja, ahogyan azt a fenomenologikus szociológiát megalapító Alfred Schütz és az etnometodológus Harold Garfinkel definiálták. Főként az ő példáikat felhasználva mutatja be a mindennapi élet rövid kutatástörténetét: a német szociológushoz, Georg Simmelhez kapcsolható ígéretes kezdetet, a több évtizedes csöndet, majd azt a folyamatot, ahogy kerülő úton, Amerikából visszatérve ez a fogalom a társadalomkutatás számos területét megtermékenyítette.

Bausinger a „mindennapi élet” fogalmához kapcsolódóan szembeállít két értelmezési hagyományt: az egyik, a többek által „materialistának-objektivistának” nevezett megközelítés képviselői az „elméletalkotó” filozófusok: Heller Ágnes (Heller 1970) és Henri Lefebvre. Ők is abból a konstruktivista felfogásból indultak ki, miszerint a mindennapi élet a társadalmi valóság egy meghatározott történeti formája, mely a konkrét szubjektum tevékenysége által

20 Stefan Beck itt is megpróbálja kontextualizálni az érvelést: álláspontja szerint ez a fajta elképzelés a „kompenzációról” a szociáldarwinizmusból származik, valamifajta kultúrafejlődésbeli sort, illetőleg ezen belül egy korábbi fokot tételez fel.

21 Két példa erre: Ang és Hermes (1991) és O’Sullivan (2007).

jön létre. Ugyanakkor az így kialakult valóság a későbbiek során már objektív adottságként, külső kényszerként jelenik meg, melyet a szubjektum nem képes befolyásolni. A hangsúly tehát ebben a megközelítésben az egyéni cselekvések előtt álló korlátokon van (a konvenciók, az állami-hatalmi struktúrák szerepén). A mindennapi életet ebből következően egy olyan területként írták le, amely ellenáll a változásoknak, tehetetlenségi nyomatékként szolgál a cselekvések számára, kivonja magát a racionális tervezés és felülvizsgálat alól.

Ezzel szemben Bausinger egy olyan, sokáig háttérbe szorított értelmezésmódra hívja fel a figyelmet, amely a mindennapok bizalmat és biztonságot létrehozó, konstitutív szerepét emeli ki. A mindennapi élet valósága ugyanis képes garantálni az események rutinszerű, megszokáson alapuló lefolyását, illetőleg képes tartós rituálék kialakítására, amelyek különböző helyzetekben, interakciók számára támaszként szolgálhatnak.<sup>22</sup>

A mindennapok struktúráját meghatározó, s alapvető szemantikáját létrehozó társadalmi gyakorlatok között különleges helyet foglalnak el a médiarituálék: a reggeli újságolvasás szokása, amely kapcsán talán nem is a tartalom a legfontosabb, hanem az újra és újra megerősítést kapott üzenet a világ fennállásáról. Vagy a munka utáni hazatérést jellemző „vad” és látszólag céltalan médiafogyasztás, amely során ugyancsak nem a médiaszöveg a lényeges, hanem a háttérben rejlő rítus, az élet problémái előli menekülés.

A különböző mediális technológiák a mindennapok ezen rendszerében sajátos szerepet foglalnak el. Egyrészt a modernség egyik alaptapasztalata, hogy újabb és újabb médiumok jelennek meg az életvilág horizontján, miközben a médiumok inváziója meglehetősen hasonló mintákat követ. Kezdetben általános bizalmatlanság övezi őket, hiszen megkérdőjelezi a mindennapok kulturális rendszerét (például a privát és a nyilvános területek közötti különbségtételt), s ezzel félelmeket és beteljesíthetetlen vágyakat hívnak elő. Másrészt – amikor e médiumokkal kapcsolatban is megjelenik a felettük való uralom érzése, azaz elsajátításuk után – ugyanezek a médiumok már a mindennapi élet szerves részeivé, sőt szervezőivé válnak. Immár az új médiatechnológiák (is) gondoskodnak arról, hogy a mindennapok egymásra következő rendjét ne a bizonytalanság határozza meg – éppen ellenkezőleg, a bizalom és a biztonság új rendszerei jöhetnek létre.

Bausinger tanulmányában egy olyan médiakutatás meghonosítására tesz javaslatot, amely képes számot vetni a médiumok és a mindennapi élet e bonyolult kapcsolatrendszerével. A hagyományos megközelítések erre ugyanis nem igazán alkalmasak: túlságosan korlátozott témákat, egyes műfajokat, formátumokat vizsgáltak – számos példa hozható erre az empirikus kommunikációkutatás paradigmájából. Ugyancsak elégedetlen Bausinger a hermeneutikai megközelítésmódokkal is. Velük kapcsolatban azt a veszélyt látja, hogy a körös értelmezés folyamatában pontosan az empirikus tárgy, a vizsgált objektum vesz el. Javaslatát megegyezik az amerikai antropológus, Clifford Geertz egyik fontos módszertani elvével, mely az értelmezések állandó visszakapcsolását tartja szükségesnek az empirikus adatokhoz.<sup>23</sup>

---

22 Jól rimel minderre Giddens meghatározása: „az 'ontológiai biztonság' kifejezés azt a bizalmat fedí, amelyet a legtöbb ember az identitása folytonosságára, a körülvevő társadalmi/materiális cselekvési környezet állandóságára támaszkodik. Az ontológiai biztonság érzéséhez alapvető a dolgok és személyek megbízhatóságának érzése” (Giddens 1996 [1990]: 118).

23 Lásd bővebben: Geertz (2001 [1983]).

A Bausinger által javasolt elemzési módszer legjobban talán egy – a tanulmány eredeti változatában sokkal hosszabban bemutatott, tényleges tereptapasztalatokon nyugvó – példa segítségével mutatható be. Hogyan zajlik egy vasárnap délután a Meier családnál, s ez milyen tanulsággal jár a médiakutatásra nézve?

A Meier házaspár pontosan akkor érkezik haza délutáni sétájáról, amikor a televízióban a sportműsor kezdődik. A legidősebb fiú a televízió előtt ül. Meier úr – nagy futballszurkoló lévén – meg szeretné nézni a műsort. Szerencsétlen módon vita alakul ki apa és fia között, amelynek végén Meier úr sértődötten visszavonul. A fia és a felesége nézik a sportműsort. Meier asszonyt egyáltalán nem érdekli a sport, de azért odaül a fiához, hogy egy kicsit együtt legyenek. Így tehát Meier asszony nézi a sportműsort, akit ez teljesen hidegen hagy, miközben a sportért rajongó Meier úr ezen a hévén az összes sporteseményt elmulasztja a televízióból, amelyet meg szeretett volna nézni, mert valami mindig közbejön – de az újságbeszámolókat azért elolvasta (Bausinger 1983: 31–32).

A példaként szolgáló eset elemzésekor Bausinger megpróbálta összefoglalni azokat az alapelveket, amelyek hasznosak lehetnek az új médiatechnológiák mindennapi elsajátításának és használatának elemzésekor. Első, s legfontosabb kiindulópontként azt javasolta, hogy a kutatás középpontja ne az egyes médium legyen, hanem a különböző médiumok összefüggése, az egész mediális kontextus. A nyolcvanas évek hagyományos médiavilágában is jól látható, hogy a felhasználók a különböző médiumokból válogatva hozzák létre a maguk specifikus médiamenüjét.

Ráadásul nem csak a médiakínálat többértelmű – ezt a többértelműséget csak fokozza az a nyitott terület, a mindennapi élet valósága, ahol a médiahasználat lejátszódik. A mediális kommunikáció szoros kapcsolatát a közvetlen, személyes kommunikációval jól mutatja, hogy sok esetben a médiumok tartalmi kínálnak kiindulópontokat a beszélgetésekhez, közös tematikák előállításához. Ezért a mediális tevékenységek kutatása során fontos a nem mediális cselekvések kontextusának vizsgálata. A médiacselekvések szorosan integrálódnak a mindennapokban, s ezen integráció során összekapcsolódnak másfajta, nem mediális jellegű és eredetű tényezőkkel.

Mindez már átvezet a harmadik fontos alapelvhez. Mivel a médiacselekvések legtöbbször kollektív jellegű tevékenységek – „még az újságolvasásnál sem lehetünk valóban egyedül, mindez a család, a barátok, a kollégák hálózatában zajlik” (Bausinger 1983: 30), fogalmaz a szerző –, ezért a kutatás során fontos figyelembe venni a társadalmi-kulturális kontextust. A médiacselekvésekben jól kifejeződnek társadalmi-kulturális különbségek: így a generációk, a nemek eltérő médiaérdeklődései, médiára vonatkoztatott különböző cselekvésmódjai. Ugyanakkor azt is érdemes figyelembe venni, hogy nem egyirányú folyamatról van szó, a médiacselekvésekben átalakulnak ezek a viszonyok is.

Bausinger e tanulmányában megfogalmazott nézetei pár év múlva, 1991-ben jelentek meg újra az angol médiakutatásban, mégpedig a domesztikációs elmélet képviselőinek – Roger Silverstone (2008 [1999]), David Morley (1999b [1992]) – írásaiiban. Számos megállapításuk ismerősként köszön vissza Bausinger szövegéből: annak hangsúlyozása, hogy a televízió nem egy elszigetelt médium, hanem a számos, egymással összekapcsolt információs és kommunikációs technológiák egyike, illetőleg az a megállapítás, mely szerint a médiumok használatát más, háztartásbeli gyakorlatok összefüggésében kell vizsgálni. Ugyancsak hangsúlyos szerepet kap a háztartások térbeli elrendezésének vizsgálata éppúgy, mint a médiahasználat rituális jellege, azaz időbelisége.

## Összefoglalás

Jelen tanulmány a „médiætnográfiának” nevezett megközelítés létrejöttét, kiindulópontjait vizsgálta. Jól látható, hogy mind az irodalomtudomány, mind a médiakutatás (a *cultural studies*), illetõleg az empirikus kultúratudomány keretei között születtek olyan munkák, amelyek az egyes médiumok társadalmi-kulturális elsajátításával, használatával foglalkoztak. Noha hangsúlybeli különbségek találhatók közöttük, ám mindegyik túl kívánt jutni a tisztán textológiai vizsgálatként tételezett médiakutatáson, s a hangsúlyt a használat szociokulturálisan meghatározott kontextusaira helyezte. Ezek a megközelítések két szempontból is fontosak. Egyrészt fogalmilag-módszertanilag megteremtették e kutatási terület további intézményesülésének elõfeltételeit, amely az ezredforduló környékén, elsõsorban Roger Silverstone és munkatársai domesztikációs elméletében meg is történt (Silverstone 2008 [1999]). A másik ok a jelenben kereshetõ, a különbözõ technológiák társadalmi-kulturális szerepe, jelentõsége iránt megnõtt érdeklõdés (különbözõ laboratóriumtanulmányok, a tudányszociológia új irányzatai) felértékelte azokat a kutatásokat, amelyek korábban az egyes (médiæ)technológiákhoz kapcsolódó elvárásokat, bánásmódokat vizsgálták.

## Hivatkozott irodalom

- Ang, Ien (1985 [1982]): *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Ang, Ien (1995 [1982]): A Dallas és a tömegkultúra ideológiája. *Replika* (17–18): 201–214.
- Ang, Ien és Joke Hermes (1991): Gender and/in Media Consumption. In *Mass Media and Society*. James Curran és Michael Gurevitch (szerk.). New York – Melbourne – Auckland: Bloomsbury, 307–328.
- Bachmann, Götz és Andreas Wittel (2006): Medienethnographie. In *Qualitative Methoden der Medienforschung*. Jörg R. Bergman és Ruth Ayaß (szerk.). Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, 183–219.
- Bausinger, Hermann (1981): Technik im Alltag. *Zeitschrift für Volkskunde* 77(2): 227–242.
- Bausinger, Hermann (1983): Alltag, Technik, Medien. In *Rituale der Medienkommunikation. Gänge durch den Medienalltag*. Harry Pross és Claus-Dieter Rath (szerk.). Berlin – Marburg: Guttandin und Hoppe, 24–36.
- Bausinger, Hermann (1984): Media, Technology and Daily Life. *Media, Culture and Society* 6(4): 343–351.
- Bausinger, Hermann (1994 [1961]): *Népi kultúra a technika korszakában*. Budapest: Századvég.
- Beck, Stefan (szerk.) (2000): *Technogene Nähe. Ethnographische Studien zur Mediennutzung im Alltag*. Münster: Lit Verlag.
- Beck, Stefan (2012): Rationalität – Wissenschaft – Technik. In *Science and Technology Studies. Eine sozialanthropologische Einführung*. Stefan Beck, Jörg Niewöhner, Estrid Sørensen (szerk.). Bielefeld: Transcript Verlag, 221–244.
- Bender, Cora (szerk.) (2014): *Handbuch der Medienethnographie*. Berlin: Reimer.
- Császai Lajos (2008): Médiakutatás a kulturális fordulat után. *Médiakutató* 9(3): 93–108. Interneten: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2008\\_03\\_osz/07\\_mediakutatas\\_forradalom/](http://www.mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/07_mediakutatas_forradalom/)
- Frank, Michael C. (szerk.) (2007): *Fremde Dinge*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Geertz, Clifford (2001 [1983]): Elmosodott műfajok: a társadalmi gondolkodás atalakulása. In uő *Az értelmezés hatalma*. Niedermüller Peter (szerk.). Budapest: Osiris, 304–323.
- Giddens, Anthony (1996 [1990]): *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Gillespie, Marie (1995): *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London: Comedia – Routledge.
- Hall, Stuart (2007 [1980]): Kódolás-dekódolás. In *Média, nyilvánosság, közvélemény*. Angelusz Róbert, Tardos Róbert és Terestyéni Tamás (szerk.). Budapest: Gondolat, 131–142.
- Heller Ágnes (1970): *A mindennapi élet*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Hepp, Andreas (2010): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hine, Christine (2001): *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- Hine, Christine (szerk.) (2005): *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. Oxford – New York: Berg.

- Kálmán C. György (szerk.) (2001): *Az értelmező közösségek elmélete*. Budapest: Balassi.
- Miller, Daniel (2011): *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity.
- Miller, Daniel és Don Slater (2000): *The Internet. An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
- Morley, David (1980): *Nationwide Audience. Structure and Decoding*. London: British Film Institute.
- Morley, David (1986): *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Routledge.
- Morley, David (1999a [1992]): A Nationwide nézői, avagy hogyan értelmezzük a televíziózást? *Replika* (38): 201–214.
- Morley, David (1999b [1992]): Bemerkungen zur Ethnographie des Fernsehpublikums. In *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Roger Bromley, Udo Göttlich és Carsten Winter (szerk.). Lüneburg: Zu Klampen, 281–316.
- O'sullivan, Tim (2007): Television Memories and Cultures of Viewing. Great Britain 1950–1965. In *MedienAlltag – Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien*. Jutta Röser (szerk.). Wiesbaden: VS Verlag, 71–88.
- Radway, Janice (1984): *Reading the Romance. Women, Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill – London: University of North Carolina Press.
- Silverstone, Roger (2008 [1999]): *Miért van szükség a média tanulmányozására?* Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Szijártó Zsolt (1998): Kockázat, kultúra, konfliktus. *Replika* (31–32): 19–45.
- Szijártó Zsolt (2000): A turizmus mint menedék. Képek és elképzelések a Káli-medencében. In *Turizmus és kommunikáció. Tanulmányok*. Fejős Zoltán és Szijártó Zsolt (szerk.). Budapest – Pécs: Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék, 7–23.
- Szijártó Zsolt (2012): Kockázatok, veszélyek, katasztrófák – a kommunikációkutatás perspektívája. *Korunk* 23(2): 6–13.

Az infokommunikációs eszközök használatának széles körű elterjedése mindennapjaink egyik meghatározó tapasztalatává vált. A hálózati kommunikáció társadalmi hatásai, személyközi kommunikációban betöltött szerepe ugyan már az 1990-es évek elején is foglalkoztatta a különböző társadalomtudományokkal foglalkozó kutatókat, de a specifikusabb kvalitatív vizsgálódások időszaka csak az ezredfordulót követően jött el. Ezen időszak egyik fontos mérföldkövének tekinthető a Christine Hine (2000) által *virtuális etnográfia*nak nevezett módszertani eszköztár leírása. Ezen módszertani gyűjtőfogalom Hine szándéka szerint a hagyományos etnográfiai kutatási módszerek lehetőségeit igyekszik kamatoztatni az online interakciók terében, s többek között a hagyományos etnográfiai terep fogalmának felülvizsgálatát, átértelmezését is szükségessé teszi.

Írásomban a *terep* tradicionális etnográfiai fogalmának továbbgondolását igyekszem bemutatni az online kvalitatív kutatások, elsősorban a Christine Hine (2000) által „virtuális etnográfiként” (*virtual ethnography*) aposztrofált módszertan szempontjából. A szövegben egyrészt röviden vázolni kívánom azokat a legfontosabb változásokat, melyek az antropológia tárgyával, illetve a megismerési módszerekkel kapcsolatban a legnagyobb hatásúnak bizonyultak, s meghatározzák az információtechnológiai hálózatok mint interaktív társadalmi terek felé forduló antropológiai érdeklődést is. Másrészt az etnográfiai gyakorlat szempontjából kiemelt jelentőségű terep fogalmát igyekszem kibontani az internet vizsgálatai kapcsán. Bár a megfelelő pontokon igyekszem rámutatni azon módszertani problémákra, melyek a virtuális etnográfia terepének sajátos jellegéből adódnak (például az adatok autenticitása, valóságtartalma), ezekkel bővebben e helyütt nem foglalkozom. A terep különböző jellege (valós/virtuális), illetve a terep fogalmának különböző interpretációi eleve befolyásolják az etnográfiai értelmezések lehetséges eredményeit.

Az *etnográfia* kifejezést az alábbiakban szigorúan módszertani értelemben, az angolszász hagyományban alkalmazott *ethnography* mintájára használom. Ahogyan Tom Boellstroff rövid meghatározásában olvashatjuk: „az »etnográfia« az a módszer, amelyet antropológusok és mások a »kultúra« tanulmányozására használnak” (Boellstroff 2008: 66).

Az etnográfiai terep fogalmának újragondolásához mindenképpen szükséges röviden összefoglalni azokat a legfontosabb változásokat a kulturális antropológia területén, melyek hatással voltak a terminus átértelmezésére. Alábbiakban ezért először a kulturális antropológia két fontos fordulatával, az *interpretatív*, illetve a *reflexív fordulattal* foglalkozom. Míg az előbbi magát a kultúrát igyekszik a materiális megközelítésektől eltérően vizsgálni, s ezzel általános hatást gyakorol az etnográfiai gyakorlatra, az utóbbi elsősorban a kutató és a kutatott közötti viszony és az etnográfiai szöveg mint produktum módszertani alapvetései kapcsán válik relevánssá. E két paradigmaváltás mindenképpen szükséges lépés volt a kulturális antropológián belüli szemléletváltáshoz, mely hosszú távon lehetővé tette az etnográfiai módszereknek a hálózati kommunikáció metaforikus, diszkurzív terébe való átemelését.

Bár kétségtelen, hogy a Hine virtuális etnográfiájának bemutatkozása óta eltelt másfél évtized számos változást hozott az online terepkutatásban, ezen írás elsősorban azt a vakfoltot próbálja – legalább kis részben – zsugorítani, amit az adott területtel kapcsolatos, magyarul hozzáférhető publikációk hiánya jelent.

### **Az interpretatív és a reflexív fordulat hatása az antropológiai megismerésre**

Az antropológiai megismerés elmúlt negyven évét leginkább a társadalomtudományok széles körére kiható, *kulturális fordulatként* aposztrofált komplex változásegyüttes jellemzi. E fordulat valójában több, analitikai szempontból valamelyest szétválasztható, ugyanakkor szorosan egymásra épülő episztemológiai és módszertani változás összességéként ragadható meg. A változások lényege az antropológia mint tudomány egészének felülvizsgálata, módszereinek és eredményeinek újragondolása volt, háttérükben pedig minden esetben valamilyen új kutatási terület vagy kutatási tárgy megjelenése állt. A partikuláris vizsgálatok eredményei azután olyan értelmezési változásokat eredményeztek, melyek a kulturális antropológia egészére kihatással voltak. Az antropológiai fordulatok közül jelen szöveg szempontjából kettőt tartok fontosnak kiemelni: az *interpretatív*, illetve a *reflexív fordulatot*.

Az elsőként kiemelhető átfogó változás az általánosan Clifford Geertz nevéhez kapcsolható szimbolikus antropológia megjelenése által jelölt *interpretatív fordulat*. A társadalomtudományok területén már az 1960-as években megindulnak bizonyos változások, melyek a fenomenológiai és filozófiai hermeneutikai megalapozottság erősödésének köszönhetők. Az 1970-es években végbemenő változások középpontjában a kultúra szimbólumok rendszereként való újraértelmezése áll. Geertz munkásságára nagy hatást gyakoroltak az antropológia hagyományos diszciplináris keretein kívülről, elsősorban a nyelvészet és a posztmodern irodalomtudomány területeiről átvett módszerek és fogalmak. Geertz interpretatív kultúratudományról szóló elgondolása szerint „[a]z interpretatív magyarázat (...) arra fordítja figyelmét, hogy mit jelentenek az intézmények, cselekedetek, képzetek, kijelentések, alkalmak, szokások, azaz a társadalomtudományok szokásos vizsgálati tárgyai azok számára, akikhez tartoznak ezek az intézmények, cselekedetek, szokások stb.” (Geertz 2001 [1983]: 307).

Az interpretatív fordulat a kulturális jelenségeket mint vizsgálati tárgyakat szövegszerűvé, olvasható, értelmezhetővé igyekszik tenni. Háttérében az a nyelvészeti alapú feltételezés áll, hogy „az emberi megismerés és a kommunikáció a nyelven alapszik, amit a történel-



mi és társadalmi kontextusban jelentéssel bíró közös szimbólumok rendszereként” foghatunk fel (Biczó 2003: 235). Az interpretatív paradigma az austini beszédaktus-elmélet, illetve a diskurzuselemzés alapjait felhasználva a kulturális jelenségeket, gyakorlatokat erősen kontextusfüggő, szöveggként megragadható, „leírható” szimbólumrendszereként értelmezi. A vizsgálódások középpontjában a kulturális szimbólumok visszafejtésén keresztül elsősorban az a kérdés áll, hogyan artikulálják e szimbólumok a tapasztalatokat, a geertzi értelemben vett „helyi tudást” (*local knowledge*)?

A *reflexív fordulat* az 1980-as évek közepén – legteljesebben a James Clifford és George E. Marcus által szerkesztett *Writing Culture* című kötethez kapcsolódó vitákban – kezdett kibontakozni a kulturális antropológiában. A fordulat gyökerénél olyan, az 1970-es években megjelenő problémákat találunk, melyek a diszciplína episztemológiai alapjainak általános felülvizsgálatát tették szükségessé. A legfontosabb kérdés, ahogy azt Rapport és Overing megfogalmazza: „vajon az antropológia politikailag korrekt vállalkozás-e?” (Rapport és Overing 2000: 32)?

A reflexív fordulat három különböző gyökerű antropológiai krízis konstellációjának eredményeként vált szükségessé. Egyrészt kritika fogalmazódott meg a kulturális antropológia korábbi koloniális, európai központú szemléletével kapcsolatban, másrészt a feminista antropológia bírálni kezdte az értelmezések terén domináló patriarchális nézőpontokat, harmadrészt pedig Malinowski terepnaplójának kiadása kapcsán bontakozott ki vita, melyben a terepmunka és az etnográfiai szöveg megszületésének viszonyában meglévő, korábban artikulálatlan problémák kerültek felszínre.

A reflexív fordulat elsősorban az etnográfiai szöveget mint a szerző társadalmi és kulturális pozíciójától függő írási, értelmezési produktumot vizsgálja. Ahogyan Clifford fogalmaz:

Nem résztvevő megfigyeléssel vagy (értelmezésre váró) kulturális szövegekkel kezdjük, hanem az írással, a szövegek létrehozásával. Az írás, mely többé nem egy marginális vagy okkult dimenzió, központi elemmé vált abban, amit az antropológusok a terepen és azután csinálnak. Az a tény, hogy mindez mostanáig nem került megjelenítésre, illetve nem képezte komoly viták tárgyát, egy olyan ideológia kitartó mivoltát tükrözi, ami a reprezentáció áttetszőségét és a tapasztalat közvetlenségét hirdeti. Az írás a módszerre redukálódik: jó terepmunkajegyzetek készítése, pontos térképek rajzolása, az eredmények „leírása” (Clifford 1986: 2).

Clifford rámutat az írás, a szöveggé alakított tapasztalat központi szerepére s ennek problematikus voltára. Az etnográfia készítése során ugyanis a folyamat minden szintjén megjelenő írást mindeddig semlegesnek, objektívnek, problémamentesnek feltételező antropológiai gyakorlat nem képes a kulturális jelenségek egészének megragadására. A szöveg nem lehet teljes, nem lehet semleges, lévén szerzője, az antropológus sem az. Ennek fényében az etnográfia pusztán „részleges igazságok” (*partial truths*) létrehozására alkalmas.

A reflexív fordulat lényege épp ezért kettős: egyrészt megjelenik az antropológiai tapasztalat pártatlanságának, objektivitásának megkérdőjelezése, a fokozott önreflexió, az „autoantropológia” (Rapport és Overing 2000: 32) igénye, másrészt pedig az etnográfiai gyakorlatból születő szövegek „szövegszerűsége” kap hangsúlyt. A szövegek vizsgálata pedig beemeli a retorikával, a fogalmi alakzatokkal, illetve a szerzőséggel kapcsolatos irodalomtudományi megközelítéseket az antropológiai gondolkodás terébe.

## Az etnográfiai terep

A hagyományos etnográfiai terep fogalma sok esetben összekapcsolódik a fizikai lokalitással, bár nem kizárólag e tényezőhöz köthető. A „klasszikus” antropológiai szövegekben (például Malinowski, Boas vagy Radcliffe-Brown kutatásaiban) megjelenő kutatási terep azonban túlnyomórészt adott geográfiai lokalitáshoz kötődő, homogénnek feltételezett kultúrák vizsgálatának színtereként működik. E megközelítésben – hasonlóan a 19. századi európai nemzetállamok *konténerfelfogásához* – a földrajzi tér és az azon belül élő kulturális csoport „egymásra olvasódik”, a kultúra adott lokalitásban található, vizsgálható. Ennek folyományaként az etnográfiai vizsgálat terepe mindig „máshol”, távol, „idegenben” van – egy meghatározható, földrajzilag és kulturálisan is távoli *helyen*.

Gupta és Ferguson (1997) három alapvető témát, három választóvonalat emel ki az antropológiai terep szerepével kapcsolatban. Az egyik hagyományos jellemző a *terep* és az *otthon* „radikális szétválasztása” (Gupta és Ferguson 1997: 12). Ez a szétválasztás pedig szükségszerűen hierarchiát, értékkülönbséget alakít ki az egyes helyek (mint terek) között. A második fontos különbségtétel bizonyos tudások felértékelése más típusú tudások kizárásával. A kulturális antropológia a hangsúlyt a terepmunkás fizikai jelenlétére, személyes tapasztalatára helyezi, ezzel pedig elsősorban a hagyományos személyközi interakciók szerepe növekszik meg az etnográfiai terepmunkában. A harmadik választóvonal a terepmunkás és a *Másik*, az idegen/különböző kultúrához, a terephez kapcsolódó individuum között születik meg. Utóbbit a terepmunkás rendezett, feldolgozott tapasztalata, a terepmunka teremti meg.

Az antropológiában bekövetkező kulturális fordulat eredményeként a későbbi megközelítések egyre nagyobb mértékben bontják ki a terep pusztá lokalitáson túlmutató jellemzőit. Schwandt szerint a terep olyan „hely vagy szituáció, melyben egy adott tevékenység lezajlik, attól függetlenül, hogy a kutató jelen van vagy sem” (idézi Mann és Stewart 2002: 195). Geertz (2001 [1983]) a terepet elsősorban mint szociális kontextust és az adott kultúrához köthető tudásokat (helyi tudást) jelöli meg, melyek által az etnográfiai tapasztalat elérhetővé válik. Norman Denzin (1989) szerint a terep az a fizikai és kulturális terület, ahol a nyelv mint a valóság egy adott kultúrán belüli szimbolikus leképző rendszere működik. Egyaránt materiális objektumokból felépülő fizikai környezet, valamint társadalmi folyamatok és tevékenységek, amelyekbe a nyelv beágyazódik.

Ami a terepet minden esetben kijelöli, az az etnográfus jelenléte. A személyes jelenlétnek a hagyományos etnográfiai terepmunkában egyfajta szerep- és autoritáslegitimáló ereje van. Az etnográfus elutazik egy fizikailag *máshol lévő* lokalitásba egy *más* kultúrát tanulmányozni. Az utazás fizikai távolságát később az etnográfus lejegyzett tapasztalatai, értelmezései hidalják át, teszik kezelhetővé. Magának az etnográfus figurájának is lényegi elemét képezi az *ottlét*, a közvetlen tapasztalat, amelyet a terepen szerez. Ahogyan Hine (2000) összefoglalja, az etnográfust személyes jelenléte olyan hatalommal ruházza fel – szemben az olvasóval –, aminek birtokában kizárólag ő lehet a tapasztalatok értelmezője. Ezen rendszerben az etnográfus személye transzparensnek tűnik – semleges, objektív médiumnak, aki *közvetíti* a távolban lévőket. A reflexív fordulat részben azon felismerésen alapul, hogy az etnográfus az „idegen” helyre is magával viszi saját értelmezési kereteit – mi több, a tapasztalatok lejegyzése és értelmezése során azon keresztül, saját közössége számára „fordítja” a vizsgált kultúra jelenségeit. Az írás folyamata s a terepmunka egésze tehát nem áttetsző, objektív közvetítés

a „saját” és a más „között”, hanem a „más” értelmezése a „saját” kontextusában. Ahogyan azonban a médiumok teszik, az etnográfus személye maga is megalkotja szövegével a valóság egyfajta verzióját, olvasatát.

A hagyományos terepmunka ennek tükrében tehát nem eredményez végleges, lezárt, teljes és objektív képet egy-egy jelenségről, mindössze a cliffordi értelemben vett „részleges igazságok” születhetnek meg. A nézőponti episztemológiaiak kapcsán Rosaldo az alábbiakat jegyzi meg:

Minden interpretáció ideiglenes: olyan pozicionált alanyok hozzák létre őket, akik csak bizonyos dolgokat hajlandóak tudomásul venni, másokat pedig nem. Még ha nagy tudású, érzékeny, folyékonyan beszéli is a nyelvet és könnyen mozog egy idegen kultúra világában, a jó etnográfusnak akkor is megvannak a saját korlátai, így elemzései sosem lehetnek teljesek (Rosaldo 2003 [1989]: 264).

Az etnográfus valójában többet tesz, mint pusztán leírja a terepet – megteremti azt közönsége számára. A kulturális antropológiával szemben az 1970–80-as években megfogalmazódó posztkoloniális kritika éppen ebben találja meg célpontját – a művelt európai tudós találkozására történik meg az idegennel, s a találkozás az európai elit számára íródik le. A terep textuális megteremtésében az interpretatív fordulat sem hoz változást – a Geertz által javasolt sűrű leírás ugyan már érzékenyebbé válik a kulturális praxis és kontextus kapcsolatára, ugyanakkor annak szöveggé alakítása kapcsán nem problematizálódik elég hangsúlyosan a megfigyelő (kutató) saját nézőpontjának kérdése.

A személyes tapasztalat a fizikai kontextus különböző, közvetlenül át nem adható rétegeinek, kódjainak (látvány, hangok, nonverbális és paraverbális jelek) leírását teszi szükségessé az etnográfus oldaláról. Az etnográfiai terepnaplók ezért gyakorta tartalmazznak feljegyzéseket nem verbálisan kommunikált tartalmakról, illetve a fizikai környezetről. A hagyományos terep tehát az etnográfuson kívül minden olvasó számára pusztán szöveggé formált tapasztalat, interpretált percepciók lejegyzése, a kutató személye által „lefordított”, átkódolt és végső soron előállított valóság. A vizsgált közösség tevékenységeiben való részvétel, az etnográfiai jelenlét, a kultúrával azonos lokalításban való tartózkodás önmagában nem garantálja a vizsgált jelenségek, tevékenységek pontosabb megértését – az értelmezés ugyanis minden esetben a saját percepcionális, illetve ideológiai korlátai közé zárt kutatóra van bízva, a tapasztalatok szükségszerű szöveggé kódolása pedig minden esetben kiszakítja ezeket eredeti kontextusukból.

### A virtuális terep

A kulturális antropológia számára a vizsgálódások új tere született meg a 20. század utolsó két évtizedében. Bár a hálózati kommunikáció kutatása már megelőzte a világháló megszületését (1993),<sup>1</sup> az online társadalomkutatások nagyobb számban csupán az 1990-es évek második felében kezdődtek el – ekkorra alakult ki ugyanis vizsgálati szempontokból rele-

<sup>1</sup> Bár a világháló (WWW – *World Wide Web*), illetve az internet egymással nem hozható maradéktalanul fedésbe, az alábbi szövegben – a szóismétlések elkerülése érdekében – a két terminust felcserélhetően használom.

vánsnak tekinthető hálózati lefedettség. Az antropológiai érdeklődés az ezredforduló táján kezd megmutatkozni,<sup>2</sup> s az etnográfusok eddigre már alapozhattak a nyelvészet, a filozófia, illetve a szociológia e tér(b)en szerzett eredményeire. S bár az elmúlt években az online terepen folytatott etnográfia kapcsán számos eltérő elnevezés jelent meg különböző publikációkban (pl. virtuális etnográfia [Hine 2000], netnográfia [Kozinets 2002, 2010] kibernetográfia [Hallett és Barber 2014]), mindmáig egyik sem vált kizárólagossá.

Az online közösségek, online interakciók 1990-es évekbeli vizsgálata kapcsán Nancy K. Baym ugyanazt a problémát emeli ki, amit Barry Wellman (2004) is hangoztat az internet-kutatás (*Internet studies*) esetében: a módszeres, koncentrált megfigyelés helyett az értelmezés sok esetben túlságosan a „személyes anekdotákon és hipotetikus elmélkedésen” alapul (Baym 2000: 198). Míg az internet – pontosabban fogalmazva a világháló (*World Wide Web*) széles körű elterjedésének kezdeti szakasza nem nélkülözte teljes mértékben az empirikus kutatásokat, az ezredforduló előtti időszak internettel kapcsolatos társadalomtudományos diskurzusaiban túl nagy hangsúllyal voltak jelen a szélsőséges elmélkedések a potenciális hatásokról.

Az online társadalomkutatásokon belüli egyik legmarkánsabb, az internet kulturális antropológiai vizsgálatának szempontjából kiemelten fontos forrása Hine (2000) *Virtual Ethnography* című munkája.<sup>3</sup> Hine az internet etnográfiai kutatásának lehetőségét összekapcsolja a számítógép által közvetített kommunikáció (*computer-mediated communication, CMC*) vizsgálatával. A világháló megismerését azonban nem kizárólag az ott megjelenő (tágabb értelemben vett) szövegek értelmezése jelenti. Rámutat, hogy a CMC vizsgálati eredményei nagyban függenek mind a szövegalkotó, mind az értelmező társadalmi kontextusától, s visszautal a geertz-i interpretatív fordulatra is.

Míg az internet tekinthető önmagában egy különálló kultúrának, a jelentéseket és percepciókat, amelyeket a résztvevők hoznak ebbe a kultúrába, alakíthatják az internethez való hozzáférés körülményei és az elvárások ezzel kapcsolatban. (...) Az internet kétszeresen is szövegszerűnek tekinthető: úgy is, mint diszkurzívan létrehozott kultúra, illetve mint kulturális alkotás, technológiai szöveg. Felhasználását és értelmezését azonban egyik értelemben sem a szöveg határozza meg. Az internet mint kultúra, illetve mint kulturális artefaktum közötti különbség heurisztikai eszköz az internetről mint közvetítőről való gondolkodásban (Hine 2000: 39).

Hine szerint a virtuális etnográfia arra törekszik, hogy e két látásmódot összekapcsolja egymással. A világháló megismerése során tehát az lenne a cél, hogy a jelentésalkotás mind online, mind offline kontextusáról ismereteket szerezzünk és feltérképezzük ezek komplex összefüggéseit. Mindez különösen fontossá válik, ha figyelembe vesszük az anonimitás/pszeudonimitás, illetve az online identitások performatív jellegét. S bár Hine már az ezredfordulón felvetette az egymástól elválasztottként kezelt online és offline praxisok kérdését, Hallett és Barber (2014) továbbra is problémásnak látják a felhasználók hálózati performansza, illetve hálózaton kívüli gyakorlata közötti különbségtételt.

---

2 Többek között 2000-ben jelenik meg Daniel Miller és Don Slater *The Internet – An Ethnographic Approach* című munkája (mely a trinidadai diaszpóra online reprezentációit vizsgálja), illetve Christine Hine *Virtual Ethnography* című könyve is.

3 Hine címválasztásában, illetve a módszertan megnevezésében tudatosan kijátssza a valós/virtuális dichotómiát. Ugyanakkor könyvében rámutat a két terület egymástól elválaszthatatlan jellegének kiemelt szerepére az értelmezéseknél.

Amint megélt valóságainknak egyre nagyobb mértékben képezik részét online interakcióink, a kortárs társas életet vizsgáló etnográfusoknak az online tereket olyan „szintekként” vagy területekként kell felfogniuk, ahol résztvevők élnek. Bár az internet a mindennapi élet részévé vált, mindössze néhány *hagyományos* etnográfus – és általában társadalomkutató – teszi az online társas tereket kutatási tervének részévé. Ehelyett inkább szemtől szembeni interjúkkal és megfigyelésekkel igyekeznek tanulmányozni a fizikai teret. A kibernetográfusok ugyanakkor olyan vizsgálatokat terveznek, melyek gyakran kizárólag az online életre koncentrálnak blogok, csevegőszobák és más online interakciók tanulmányozásával. Habár ezen kétfajta megközelítés nem zárja ki kölcsönösen egymást, sok etnográfus alábecsüli, elkerüli, vagy nem ismeri fel az online tereknek a kutatás résztvevői életében betöltött szerepét (...), végső soron kizárva egy episztemológiai szempontból igen fontos adatgyűjtési módszert. Míg a hagyományos etnográfiai módszerek (megfigyelés és informális interjú) továbbra is hasznosak, a kutatóknak át kell értelmezniük, mi számít terepnek. Azt állítjuk, hogy egy embercsoport tanulmányozása annak „természetes élőhelyén” ma már magában foglalja az egyének „online élőhelyét” is (Hallett és Barber 2014: 307–308).

Ahogy az Hallett és Barber szövegéből is kiderül, a kortárs etnográfiai vizsgálatok sajnos továbbra sem képesek minden esetben figyelembe venni az online terek és offline praxisok összekapcsoltságát.

A hiteles virtuális etnográfia elsősorban négy fő terület vizsgálatára koncentrál:<sup>4</sup> 1. a felhasználók és az internet mint kommunikációs eszköz és kultúra kapcsolatára; 2. a közösségek változásaira; 3. az eredetiség/autentikusság, a hatalom és identitás reprezentációjának kérdéseire, illetve 4. az „online” és az „offline” társadalmi valóság viszonyára. E kérdések vizsgálatát az infokommunikációs hálózatok mediatizált terének vizsgálatával a hagyományos etnográfiai módszerek dinamikus átalakításával, kontextushoz való igazításával próbálja elérni.

Steve Jones (2006) egy az internet társadalomtudományos kutatásával (*Internet studies*) kapcsolatos fejtegetésében megjegyzi, hogy az online kutatásokat mind a mai napig a textuális reprezentációk primátusa jellemzi. Jones ugyan helyesen érvel abban a tekintetben, hogy az egyre nagyobb számú multimédiás tartalom kutatása terén a társadalomtudományos kutatás le van maradva, arról ugyanakkor elfeledkeznek, hogy a jelenlegi hálózati kultúrákhoz az esetek túlnyomó többségében csak és kizárólag textuális reprezentációk vizsgálata által juthatunk el.

A kultúra vizsgálata szempontjából az interakciókra való hagyatkozás az etnográfiai terepmunkában alapvető fontosságú. Amikor azonban a terepmunka egy új, mediatizált térbe helyeződik át, az egyik kulcskérdés magának a terepnek a megragadhatósága lesz. Az online terek, virtuális terek kutatásának egyik alapproblémája a kulturális antropológia azon korábban is felvetett alapelképzelése, hogy a megismerés alapját a *valós* tapasztalat adja. Boelstorff (2008) ugyanakkor jól rámutat, hogy az olyan, csak online létező, csak infokommunikációs eszközökkel hozzáférhető társadalmi terek, mint például az általa vizsgált *Second Life* megtapasztalása nem a fizikai jelenvalósághoz kötött. A valós tapasztalat – annak hagyományos értelmezése szerint – ez esetben a technikai eszközökhöz, az általuk hozzáférhetővé tett adatokhoz kötődik, nem azokhoz a társas interakciókhoz, melyeket a szerző ténylegesen vizsgál.

---

4 Hasonló kérdések vizsgálatát veti fel többek között: Mann és Stewart (2002); Dicks, Mason, Coffey és Atkinson (2005).

Amikor az online interakciók vizsgálatáról beszélünk, a résztvevők, a kommunikációs aktusok fizikai térben való lokalizálhatósága a kommunikáció aktusa szempontjából irrelevánssá válik – az interakciók kiszakadnak a földrajzi lokalitás, illetve a személyes jelenlét keretei közül. Az interakció eredményessége szempontjából (különösen az információk átadását tekintve) a mediatizált kommunikációs helyzetekben már nem a személyes *jelenlét*, hanem a *hozzáférés* válik kulcsfontosságú összetevővé.

A virtuális etnográfia e delokalizáltság kapcsán magának a terepnek a fogalmát is átértékelésre ajánlja fel. Hine szerint:

(...) a terep fogalma megkérdőjeleződik. Ha a kultúra és a közösség nem önmagától értetődően lokalizálható helyileg, akkor az etnográfia sem. Az etnográfiai megismerés hatásosan átalakítható azáltal, hogy az áramlásra és összekapcsoltságra koncentrálnunk szervező alapelvként a lokalitás és a határ helyett (Hine 2000: 64).

Az interakciók technológia környezetben való lefolytatása ugyanakkor azt eredményezi, hogy maga az interakció eleve textuális formában történik. A szöveg egyszerre tölti be a fizikai keretet képező hely és társadalmi kontextus szerepét, ez pedig némiképp csökkenti azon aggályokat, amelyekkel a reflexív fordulat teoretikusai fordulnak a terepmunka tapasztalatainak átírása felé. A transzkripció kiegyensúlyozatlanságának, a kutató oldaláról történő torzításnak tehát éppen a terep mediatizált jellege szabhat gátat (Mann és Stewart 2002).<sup>5</sup> A virtuális etnográfia e téren kétségkívül sokat köszönhet az interpretatív fordulatnak, ami kihangsúlyozza a szimbolikus interakciók szövegszerű vizsgálatának fontosságát.

A virtuális etnográfia terepének jellegéből adódóan az online kontextusban gyűjtött, zömében textuális adatok esetében ugyanakkor érzékelhető a nyelvre nehezedő „súlyos interpretatív teher” (Mann és Stewart 2002: 197). Mivel a kutatás során az etnográfus pusztán az interakciókra támaszkodhat, a kontextuális információk nagy része hiányos. Azon nonverbális és paraverbális jelek, társadalmi markerek, amelyek a hagyományos terep személyközi helyzeteiben megtalálhatók, a hálózati interakciókban csak akkor és csak olyan mértékben jelennek meg, amikor és amilyen mértékben azt a részt vevő felek jónak látják beemelni. Ráadásul a kommunikációs aktusok finomhangolására szolgáló szimbólumok (például az emotikonok) használata sem problémamentes. Ahogyan arra például Kivran-Swaine és társai (2013) is rámutattak, az alapvetően érzelmek kifejezésére kitalált emotikonok használatát a korosztály, a nem és az interakcióban lévő felek közötti intimitás foka is jelentősen befolyásolja. S bár e helyzet kevésbé kiszolgáltatottá teszi a kutatás alanyait, az etnográfus szempontjából komoly akadályokat gördíthet a pontos értelmezés elé. A félrevezetés, a félreértelmezés, a kutató által önkényesen vagy önkéntelenül mozgásba hozott sztereotípiák az értelmezésben reális veszélyt jelentenek.

Az online folytatott etnográfiai vizsgálódások egyik alapvető kulcskérdése ugyanakkor éppen az új terep sajátos természetéből fakadóan feléleszti az egyik hagyományos alapproblémát – a kutatonak korán el kell döntenie, hogy milyen adatokat tanulmányoz és mi lesz az, amit kizár a vizsgált elemek köréből. Ahogyan arra Hine, Kendall és Boyd (2009) rámutatnak, az internet vizsgálatakor nem hagyható figyelmen kívül a felhasználók technológiához való viszonya sem. Komoly problémát jelenthet e téren, hogy a kutató megtalálja azokat a te-

---

<sup>5</sup> Megjegyezhetjük ugyanakkor, hogy mindez önmagában természetesen nem eredményez pontosabb értelmezéseket.

rületeket, amelyek segítik egy adott társas dinamika értelmezését, amelyeknek a felhasználói gyakorlathoz való történeti, társadalmi kapcsolódása feltérképezhető. A terep hagyományos értelmezésben, a hagyományos terepmunka gyakorlatában megjelenő szelektálás tehát nem feloldhatatlan probléma a virtuális etnográfiaiban – különösen akkor nem, ha olyan adatbővítéssel állunk szemben, amely mennyiségéből fakadóan kezelhetetlenné válik a feldolgozás szempontjából.

A hagyományos etnográfiai terepkutatás korábban is említett törésvonala a *kutató* és a *kutatott*, az *idegen* és a *bennszülött* közötti hierarchikus különbségtétel. A virtuális etnográfia – Hine (2000) korábbi feltételezései alapján – a technológiai környezetből, az interakciók mediatizált jellegéből fakadóan ezt a fajta felosztást kevésbé teszi élessé, lévén a kutató és a kutatott ugyanúgy idegen a technológiai környezetben. E téren az elmúlt évtizedben másfajta törésvonalak rajzolódtak ki egyre világosabban, melyek a digitális műveltséghez, a felhasználói praxis szintjéhez, az eszközhöz való személyes viszonyhoz és technikai tapasztalathoz kapcsolódnak. Saját kutatásaiban boyd (2007, 2014) az amerikai tinédzserek online médiahasználatára kapcsán több helyen is rámutat, hogy a felhasználás módjában, annak a mindennapi társas életbe való beágyazottságában igenis komoly különbségek mutatkoznak, amiket nem lehet és nem is kell figyelmen kívül hagynunk. Ugyanakkor Hine azon tétele, mely közel azonos státuszúnak tételezi a vizsgált felhasználót, valamint az etnográfia művelőjét, többé nem tartható irányadónak.

A virtuális etnográfia textuális terepének meghatározó jellege összekapcsolódik a résztvevő megfigyelés egyik etikai problémájával: a megfigyelői státusz nyilvánvalóvá tételével kapcsolatos kérdésekkel. Míg a hagyományos terepmunka során a kutató személyes jelenléte (s többnyire szerepe) nyilvánvaló, az online etnográfia esetében (bizonyos kommunikációs csatornák használata során) lehetőség van arra, hogy a kutató „elrejtőzzön” a vizsgált közösség tagjai elől. A hagyományos etnográfiai kutatások esetén a láthatóság kérdése többnyire nem opcionális, és a kutató nyilvánvaló jelenléte, valamint a személyéhez kapcsolódó értelmezések, a neki tulajdonított szerep és státusz befolyásolhatja a résztvevők kommunikatív aktusait (mind tartalmi, mind performatív téren). Az online etnográfia tárgyalása kapcsán ugyanakkor a „leskelődés” (*lurking*) komoly etikai kérdésként vetődik fel – az észrevétlen etnográfus nem befolyásolja az interakciót, ugyanakkor kiszolgáltatott helyzetbe kényszeríti a vizsgált közösség tagjait.

A „leskelődés” kapcsán nem pusztán a résztvevők kiszolgáltatottsága tematizálódik problémaként, hanem maguknak az interakcióknak a jellege is. Az internet vizsgálata kapcsán az egyik legalapvetőbb probléma a médium kettős természetében gyökerezik – abban, hogy egyszerre működik személyközi kommunikációs csatornaként és tömegmédiaként. Ebből adódóan az egyes tartalmak (például olyan fórumok vagy chatszobák vizsgálata, melyeknél a diszkussziókban való részvétel regisztrációt igényel, ugyanakkor az ezeken megjelenő tartalmak kívülről számukra is láthatók) privát vagy publikus jellege nehezen meghatározható. Különösen igaz ez a közösségi portálok esetében, melyek jól látható példái a privát-nyilvános közötti határok elmosásának.

Az etnográfiai módszerek gyakorlati felhasználása viszonylag hamar begyűrűzött a marketing területére is, ahol a résztvevő megfigyelő láthatósága a terepen újabb kulcskérdéssé vált. Az online piackutató célokra felhasznált módszereket „netnográfia”-ként emlegető Kozinets (2002, 2010) például amellet érvel, hogy etikai szempontokból elengedhetetlen, hogy a kutató felfedje, „láthatóvá tegye” magát az online interakciók tereiben. Vele szemben

a Puri (2007) által „webnográfia”-ként jegyzett módszer esetében nem feltétlenül aggályos az etnográfus személyének rejtve maradása, mivel az értékes adatokhoz juttathatja a kutatót. Ezen módszerek azonban csak és kizárólag az online interakciókra koncentrálnak, és érdeklődésük nem terjed ki az online-offline praxisok közötti komplex viszony feltérképezésére.

## Konklúzió

Összességében elmondható, hogy az online/virtuális etnográfia (illetve a hálózati interakciók bármely kvalitatív vizsgálata) szempontjából meghatározó jelentőségű a terep mediatizált jellege. A hiteles virtuális etnográfia ideális terepéhez ugyanakkor nem pusztán szövegszerű hálózati interakció tartozik hozzá, hanem az ennek háttérben álló offline praxisok, attitűdök, ideák, szándékok, tudások vizsgálata is. Az is egyértelműen kijelenthető, hogy a módszeres etnográfia nem merülhet ki pusztán a terepként és alkotásként egyszerre értékelhető online tartalmak vizsgálatában, hanem össze kell kapcsolódnia az offline kontextus hatásainak vizsgálatával. Az offline hatások azonban nem pusztán a tartalmak megszületése kapcsán válnak fontossá – ugyanígy fontos vizsgálni az azok *hatására* bekövetkezett társadalmi változásokat is. Ezen elképzelések az online etnográfiát egyfajta több terepű (*multi-sited*) módszerre válás irányába tolják.

Azt sem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy bár a multimédia, valamint a mobil eszközök egyre szélesebb körű térhódítása újabb kérdéseket vet fel a vizsgálandó interakció típusok szövegellegével, feldolgozhatóságával kapcsolatban, az etnográfiai jellegű online kutatások jobbára még ma is a textuális tartalmak elemzésére koncentrálnak. Az online terep szövegszerűsége nem az átírás, az etnográfusi jelenlét által közvetített értelmezés eredménye, hanem a hálózat által lehetővé tett interakciók alapvető természete. A földrajzi lokalizálhatóságtól, a személyes fizikai jelenléttől elszakított terep ugyanakkor nem számolja fel teljes mértékben a fizikai lokalitás szerepét sem, mindössze átrendezi a lokalitással kapcsolatos reflexiók, a lokális működések logikáját, és komplementer jelleggel van jelen a hétköznapi interakciókban számos más kommunikációs csatorna mellett.

## Hivatkozott irodalom

- Baym, Nancy K. (2000): *Tune In, Log On. Soaps, Fandom and Online Community*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- boyd, danah (2007): *Choose Your Own Ethnography. In Search of (Un)Mediated Life*. (Konferencia-előadás: 4S Annual Conference 2007, Montreal, Kanada, 2007. október 13.) Interneten: <http://www.danah.org/papers/talks/4S2007.html> (letöltve: 2014. szeptember 10.).
- boyd, danah (2014): *It's Complicated. The Social Lives of Networked Teens*. New Haven – London: Yale University Press.
- Boellstorff, Tom (2008): *Coming of Age in Second Life. An Anthropologist Explores the Virtual Human*. Princeton – Oxford: Princeton University Press.
- Biczó Gábor (szerk.) (2003): *Antropológiai irányzatok a második világháború után*. Debrecen: Csokonai.
- Clifford, James (1986): Introduction. Partial Truths. In *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*. James Clifford és George E. Marcus (szerk.). Berkley – Los Angeles – London: University of California Press, 77–97.
- Denzin, Norman (1989): *Interpretative Biography*. Newbury Park: Sage.
- Geertz, Clifford (2001 [1983]): Elmosódott műfajok: a társadalmi gondolkodás átalakulása. In uő *Az értelmezés hatalma*. Niedermüller Péter (szerk.). Budapest: Osiris, 304–323.



- Gupta, Akhil és James Ferguson (1997): Discipline and Practice. „The Field” As Site, Method, and Location in Anthropology. In *Anthropological Locations. Boundaries and Grounds of a Field Science*. Akhil Gupta és James Ferguson (szerk.). Berkley – Los Angeles – London: University of California Press, 1–46.
- Hallett, Ronald E. és Kristen Barber (2014): Ethnographic Research in a Cyber Era. *Journal of Contemporary Ethnography* 43(3): 306–310.
- Hine, Christine (2000): *Virtual Ethnography*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- Hine, Christine, Lori Kendall és danah boyd (2009): Question One: How Can Qualitative Internet Researchers Define the Boundaries of Their Projects? In *Internet Inquiry. Conversations about Method*. Annette M. Markham és Nancy K. Baym (szerk.). London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage, 1–32.
- Jones, Steve (2006): Dreams of Fields. Possible Trajectories of Internet Studies. In *Critical Cyberculture Studies*. David Silver és Adrienne Massanari (szerk.). New York – London: New York University Press, IX–XVII.
- Kirvan-Swaine, Funda, Samuel Brody és Mor Naaman (2013): Effects of Gender and Tie Strength on Twitter Interactions. *First Monday* 18(9). Interneten: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4633/3746> (letöltve: 2014. szeptember 10.).
- Kozinets, Robert V. (2002): The Field Behind the Screen. Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research* 39(1): 61–72.
- Kozinets, Robert V. (2010): *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*. Los Angeles – London – New Delhi: Sage.
- Mann, Chris és Stewart, Fiona (2002): *Internet Communication and Qualitative Research*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- Puri, Anjali (2007): The Web of Insights. The Art and Practice of Webnography. *International Journal of Market Research* 49(3): 387–408.
- Rapport, Nigel és Joanna Overing (2000): *Social and Cultural Anthropology – The Key Concepts*. London – New York: Routledge.
- Rosaldo, Renato (2003 [1989]): A bánat és a fejedelmek őrzőjének kapcsolata. In *Antropológiai irányzatok a második világháború után*. Biczó Gábor (szerk.). Debrecen: Csokonai, 257–278.
- Wellman, Barry (2004): The Three Ages of Internet Studies. Ten, Five and Zero Years Ago. *New Media and Society* 6(1): 108–114.

## Ösvény a dzsungelben<sup>1</sup>

Az etnográfia egyik sajátossága, hogy viszonylag gyorsan integrál minden olyan technológiai újítást, mely könnyebbé és hatékonyabbá teszi a tereptapasztalat komplexitásának megragadását, értelmezését és továbbadását.<sup>2</sup> Így volt ez a fotográfiával és a filmmel, a számítógépes adatelemzési módszerekkel, vagy a multimédiával, hipertextualitással és a különböző interaktív hálózati technológiákkal. E folyamatoknak is köszönhetően napjainkra az etnográfiaiban külön módszertana van úgy a média, mint pl. a kibertér kutatásának. E módszertanok mögött sokszor eltérő színvonalú és kidolgozottságú elméletek állnak, hiszen amíg a kiberetnográfia<sup>3</sup> méreteiben és minőségében is jelentősebb szakirodalommal rendelkezik, addig a hipertextualitás etnográfiai alkalmazásával kapcsolatban alig találunk irodalmat, s ami van, azt is inkább afféle „tutorial”-nak lehetne nevezni, mint elméletnek. Ennél is nagyobb hiány mutatkozik olyan szövegekben, melyek valamilyen módon megpróbálják értelmezni, közös horizont alá rendezni ezeket a módszereket és elméleteket, vagy egyáltalán: ennek a lehetőségét megpróbálják felvetni. Tanulmányomban egy ilyen kísérletre vállalkozom, vagyis bizonyos elméletek és módszertanok alakulásának, egymásra vonatkozásának egy lehetséges olvasatát próbálom megfogalmazni.

Mint Clifford Geertz írja: „az intenzív terepmunka öröksége határozza meg a kutatás antropológiai jellegét” (Clifford 2002 [1997]: 3; a problémához átfogóan lásd: Geertz 1995 [1995]; Gupta és Ferguson 1997; Kézdi Nagy 2000–2001; Marcus és Fischer 2003 [1996]; Niedermüller 2004, 2005; Vörös és Frida 2006; Kapitány és Kapitány 2008; Mészáros 2010). Ebből nem csupán az következik, hogy a terep és a terepen való jelenlét sajátos módja a kulturális antropológia megkülönböztető jellegzetessége, hanem az is, hogy a jelenlét sajá-

1 A tanulmány a PTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskola Kommunikáció Doktori Programján „Hová lett a református öntudat” címmel 2013-ban megvédett doktori disszertációmban felvetett módszertani és elméleti problémák továbbgondolása. A szöveg részben az értekezés egyes fejezeteire épül.

2 A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

3 A *cyber-ethnography* és általában a kiber-társadalomtudományok elnevezéseinek még nincsen a magyar nyelven hivatalos és egységes átírása. Miután az etnográfiát is ebben a formában használjuk, és a „cyber” előtaggal képzett szavak a számítástechnikai irodalomban magyarul sokszor „kiber” előtaggal képződnek, tanulmányomban e problémás szóösszetételek esetében én is ezt a változatot használom.

tosságának megélése, az erre való reflexió visszahat a terep koncepciójára, s ezen keresztül az antropológia elméletére. A mai terep- és terepmunka-fogalmunk kiindulási pontjaként szolgáló, Malinowski nevéhez kötődő paradigmában terep az a saját kultúrájától messze található hely, ahol a kutató huzamos ideig együtt él az idegenekkel, s ezt az együttélést egyfelől az idegen kultúrában való részvétel, másfelől az idegen kultúra megfigyelése, pontosabban e kettő tevékenység vagy minőség heurisztikus összekötése, a résztvevő megfigyelés jellemzi. Ez a paradigma az elmúlt évtizedekben jelentős változáson ment keresztül, mondhatni felbomlott: „Malinowski elméleti apparátusa, az egykor büszke torony ma nagy részben romokban hever” (Geertz 2001 [1973]: 399). Megváltoztak a tudományos elméletek, megváltoztak a terepmunka feltételei, lehetőségei, megváltozott az a társadalmi kontextus, melyben az antropológia megszólal, megváltoztak a tudomány intézményes keretei, s megváltoztak – a maguk klasszikus értelmében gyakorlatilag szinte eltűntek – a „bennszülöttek” is. Ennek összefüggésében a terep meghatározása is változásokon ment keresztül. Az 1980-as évektől az antropológusok jelentős számban „hazatértek”, azaz: egyre többször olyan társadalmakban kutattak,

amelyeket társadalmi és politikai szubjektumként ismernek, amelyben benne élnek [...] mint a modern társadalom „bennszülöttjei”, mint a modern társadalomban éléshez szükséges tudás birtokosai. [...] a modern társadalmakat kutató antropológusok a mindennapi életnek azokat a konstrukciók szabályait, illetve azt a mindennapi tudást (*common sense understanding*) igyekeznek leírni, amelyeket társadalmi és politikai szubjektumként maguk is alakítanak [...]. Az antropológusnak, mint társadalmi, politikai szubjektumnak a társadalomra vonatkozó kulturális tudása szükségszerűen beépül abba a szisztematikus és analitikus antropológiai tudásba, amelyet kutatóként, tudósként a társadalomról termel (Niedermüller 2005: 8).

Niedermüller itt többek között olyan kutatásokról ír, melyekben a kutató a modern társadalmi beágyazottságra nézve van „otthon”, ám etnikailag, „nemzeti értelemben” nem bennszülött. Ezekben a kutatásokban is benne van a terepet konstruáló elmozdulás mozzanata, ez azonban egyre kevésbé ragadható meg a térbeliség territoriális értelmezése, s kivált nem annak mértéke mentén. Ismét Niedermüller összefoglalását idézve, az antropológia

szakított a kultúra territoriális felfogásával, azaz azzal az elméleti szemlélettel, amely [alapján] közvetlen megfelelést tételez[nek] fel valamely hely vagy territórium, az ott élő csoport és annak kultúrája között. Ehelyett sokkal inkább a kulturális jelentések transzlokális és transznacionális termelésére és szétosztására, valamint a globális jelentések lokális beágyazottságára és modifikációira irányította a figyelmet, mégpedig elsősorban abban a történeti, politikai és társadalomelméleti kontextusban, amelyben a második modernitással, a reflexív modernizációval, illetve általában a „poszt-társadalmakkal” kapcsolatos viták zajlanak (Niedermüller 2005: 9).

A kultúra territoriális felfogásának ilyen jellegű megkérdőjelezése az európai etnológiában, illetve néprajztudományban már legalább az 1960-as évektől kezdve jelen volt. Az eredetileg folkloristaként számon tartott Hermann Bausinger 1961-ben megjelent *Volkskultur in der technischen Welt* című vitairatnak szánt művében fejti ki a „hely egységéről” kialakított, a „falura jellemző stílusjegy”, vagyis a közösséget összefogó kulturális minták meghatározásával kapcsolatos, fenomenológiai megalapozottságú – és a színpadi dramaturgiától kölcsönzött – koncepcióját.

Miközben az „egységes falu” kifejezés – írja Bausinger – öntudatlanul is az egyetértés asszociációját kelti, s így közel áll a minden részében összehangolt, zárt organizmus elképzeléséhez, a

„hely egysége” megjelölés csupán a történet terét jelöli ki. Ez a történet nagyon különböző karaktereket, nagyon különböző cselekvéseket, a cselekvések nagyon különböző motivációit fogja át; beleértve a konfliktusokat és feszültségeket is: csak így keletkezik a színpadon valódi dráma. Ám az összetartozó, egymásra vonatkoztatott történet és a hely egysége csak az egyik dramaturgiai út, melyen keresztül létrehozhatjuk az összetartozás tiszta horizontjait. Így – szándékaink szerint – valamely hely egysége a valóságban nem egy, a helyet egységesen átható etikai elv mentén jön létre, hanem olyan horizontokon keresztül, amelyek a történés együvé tartozását és az értelmezési lehetőségeket lehatárolják. Ami ezen a horizonton túl van, egyáltalán nem kerül be a látótérbe (Bausinger 1995 [1961]: 55).

Bausinger a későbbiekben részletesen elemzi azt, hogy elsősorban a kommunikáció különböző technikái – beleértve úgy a szellemi, mint az anyagi javak terjedését (lásd Briggs és Burke 2004: 28) – hogyan erodálták ezeket a határokat, hogyan tették egyre bizonytalanabbá ezeket a horizontokat. Ugyanakkor – elsősorban a nyelvhasználaton keresztül – azt is elemzi, hogy minden erőzió ellenére, jóllehet földrajzi határokként ezek általában nem azonosíthatók, a horizontok léteznek, s különösen akkor válnak kitapinthatóvá, ha valaki kívülről, idegenként lép be az általuk definiált értelmező kontextusba (Bausinger 1995 [1961]: 59).

Nagyon hasonlóan ír a kulturális jelentések termelésének és a jelentésközösségek horizontjainak definiálását meghatározó kommunikatív aktusok szerepéről Arjun Appadurai a lokalitás teremtéséről szóló elméletében. Az appadurai lokalitásfogalom a kultúra egy sajátos kommunikatív vagy diszkurzív megközelítését teszi lehetővé. Számára „a lokalitás mindekelőtt kapcsolatokat és kontextusokat, és nem fokozatokat vagy térbeliséget jelent (...), melyet a társadalmi közvetlenség érzete, az interaktivitás technológiai és a viszonylagossá vált kontextusok közötti kapcsolatsor hoz létre” (Appadurai 2001 [1996]: 3). Az interaktivitás technikái segítségével aktualizálják, érvényesítik és adják tovább a lokális szubjektumok – a rokonság, a szomszédok, a barátok és az ellenségek meghatározott közösségéhez tartozó, vagyis a lokalitás mint interakció folyamataiban részt vevő szereplők – a hagyományt, s ezekben a folyamatokban reprodukálják magát a lokalitást. Ebben a folyamatban kiemelkedő szerepet töltenek be az identitás szimbólumai, azon helyek és tárgyak, melyeket a lokalitás már „magáévá tett”, amelyekben végső soron „elnyeri anyagi mivoltát” (Appadurai 2001 [1996]: 5), s amelyeket más elméleti keretek között az emlékezet helyeinek nevezünk (Nora 2003 [1984]). Appadurai felveti azt is, hogy azok a társadalmi jelenségek, melyeket az antropológusok tanulmányoznak – kivált a(z átmeneti) rítusok –, értelmezhetők a lokalitás felmutatásának és újrateremtésének aktusaként is. Erre a későbbiekben vissza is térünk.

Appadurai a lokalitás mellé helyezi a szomszédság fogalmát, amivel azokra a ténylegesen létező társadalmi formákra utal, „amelyekben a lokalitás mint dimenzió vagy érték, változatos módon nyilvánul meg. A szomszédságok ebben az értelemben olyan megragadható közösségek, amelyeket realitásuk – legyen az térbeli vagy virtuális – és a társadalmi reprodukcióra való képességük jellemez” (Appadurai 2001 [1996]: 3–4). A szomszédság és a lokalitás közötti kapcsolatot a helyi tudás jelenti, ami annak ismerete, hogy

miként kell megbízható lokális szubjektumokat, valamint olyan lokális szomszédságokat létrehozni, amelyekben ezek a szubjektumok felismerhetők és szervezhetők lesznek. Ebben az értelemben helyi tudásnak nem azt tekintjük, ami alapvetően ellentétben áll egyéb tudásokkal – és (nem lokális nézőpontból) a megfigyelő kevésbé lokalizálnak tart –, hanem amit a helyi teleológia és ethosz annak tekint (Appadurai 2001 [1996]: 6).

A szomszédság Appadurai értelmezésében alapvetően kontextusként funkcionál a lokalitás számára, ám ahhoz, hogy meghatározható legyen, maga is kontextusokat igényel – sőt a lokális szubjektumokon keresztül teremt. A lokális szubjektumok ugyanis, miközben „a termelés, a reprezentáció és a reprodukció társadalmi tevékenységeivel foglalatosságnak (például a kultúra munkájában), általában akaratlanul is olyan kontextusok létrehozásához járulnak hozzá, amelyek túlléphetik a szomszédság létező, anyagi és konceptuális határait” (Appadurai 2001 [1996]: 11). A szomszédságok mindig valamivel szemben jelölődnek ki – mint az irtás az erdővel szemben –, s értelmezésükhöz szükség van erre a szemben álló másik entitásra is. Ez a „kontextuselmélet” lényegében „annak az elmélete, hogy miből, mivel szemben, minek a dacára és mivel kapcsolatban teremthető meg a szomszédság” (Appadurai 2001 [1996]: 10). A szomszédságok és a kontextusok azonban dinamikus karakterrel bírnak, vagyis az, ami először kontextusként jött létre vagy interpretálódott, a lokális szubjektumok ténykedéseinek köszönhetően könnyen válhat a szomszédság kiterjesztésévé.

A terep lokalitásként, illetve szomszédságok egymást kölcsönösen meghatározó kontextusaként történő meghatározása azonban kihat a kutató saját társadalmának, az „otthon”-nak a meghatározására, illetve a kettő közötti kapcsolatra is. Ebben az összefüggésben az otthon ugyanis szintén nem területiális értelemben vehető, hanem úgy, mint az én – kutatói – lokalitásom. Egy olyan sajátos szociokulturális helyzet, „amelyben a kulturális közelség és távolság, az idegenség mindig csak adott és konkrét helyzetek kontextusában bír értelemmel, azaz szituatív jellegű, hiszen mindig meghatározott és konkrét helyzetekben konstituálódik” (Niedermüller 2004: 15). Így azután az antropológus számára a feladat nem csupán az idegen, a másik kultúra/kulturális sajátosságainak leírása, hanem ennek a kultúrkonstitutív szituációnak az elemzése, értelmezése. Annak megragadása, hogy mitől érzi magát valaki otthon vagy idegennek. Másképp fogalmazva: hogyan, milyen feltételek mentén jönnek létre az „otthonosságként” és idegenségként azonosított helyzetek – s nem utolsósorban hogyan reprezentálja az illető adott helyzetekben ezeket az állapotokat.

Mindez akkor válik igazán fontossá, ha továbbhaladunk a Niedermüller által bemutatott folyamat újabb állomásai, pontosabban elágazásai felé. A Bausinger, illetve Appadurai által megfogalmazott koncepciók alapján jól megragadhatóvá válik azoknak a jelentéstermelő közösségeknek a „hol”-léte, melyek felé az antropológusok egy része „el”-indult, illetve közösségi szinten megragadhatóvá válnak az imént említett kultúrkonstitutív szituációk is.

A posztmodern antropológia terepfelfogására döntő hatást gyakorolt az úgynevezett *multi-sited ethnography* elméletének megjelenése. Megalapozójaként jelenleg Georg E. Marcus tartja számon a tudománytörténet (a módszer áttekintéséhez lásd Falzon 2009), ám a gyakorlat ebben az esetben is megelőzte az átfogó elméleti koncepció és módszertan megjelenését (lásd Hannerz 2003). Marcus már 1986-ban, a nagy hatású *Writing Culture* című kötetben közölt tanulmányában (Marcus 1986) foglalkozott az etnográfia azon problémáival, melyekkel összefüggésben alig tíz esztendővel később megírta a módszer alapszövegeként számon tartott dolgozatát (Marcus 1995), melyben azt egy egyre terebélyesedő etnográfiai gyakorlat tanulságaként nevezi meg. Marcus alapproblémáját az a kérdés jelenti, hogy miképpen tud lépést tartani az etnográfia a „kis léptékű társadalmi keretekből” kilépő tárggyal, illetve hogyan tud módszertanilag alkalmazkodni azokhoz az egyre szélesedő – és egyre inkább elmosódó – globális horizontokhoz, melyek felé vizsgálatának tárgyai elindulnak. Vagyis hogyan marad alkalmas az etnográfia sajátos tárgyainak vizsgálatára úgy, hogy tárgyát egyre inkább olyan – globalizációs – kontextusokban, kapcsolathálózatokban kell

elhelyeznie, illetve definiálnia, melyek belátására módszertanilag kvázi vak? Marcus egyszerűnek tetsző válasza erre a kérdésre az, hogy az etnográfia/etnográfus kövesse a tárgyat, s a tárgy ki fogja jelölni, körül fogja írni a kutatás terepét (Marcus 1995: 108)! E körülírás mi-benlétét tanulmányában személyek, tárgyak, metaforák, tervek, történetek, allegóriák, életutak, biográfiák és konfliktusok követésének összefüggésben tárgyalja. Talán ez az a pont, ahol a legtöbb félreértés támadt Marcus felvetése körül – úgy követői, mint kritikusai részéről. Marcus ugyanis ezt a követést, mint technikát egy nagyon körültekintően, logikusan eltervezett „konstruktivista”<sup>4</sup> eljárásnak tekinti. Nyilvánvalóan a követésnek vannak előre kiszámíthatatlan lépései. Ha a kutató egy utazó kereskedőből, vagy menekülőből, bevándorlókból, nomádokból – s ezek a *multi-sited ethnography* módszerére alapozott kutatások kitüntetett tárgyai – álló közösséget követ, minden bizonnyal olyan utakra is tévedhet velük, melyekről kiderül, hogy a kutatás szempontjából kitérők vagy tévutak, ám a kutatónak ezeken is jelen kell lennie. Sőt egy probléma, konfliktus követése esetén előfordulhat, hogy a kutató ott találkozik az illető konfliktussal, ahol nem is gondolta. Ez azonban nem fordítható meg. A *multi-sited ethnography* nem *ad hoc* tapasztalatok utólagos összefűzéséről, konferenciaturizmusról, „ha már itt vagyunk, akkor...” típusú megoldások megideologizálásáról szól. A kutatás tervezése megköveteli, hogy a kutatónak – éppen úgy, mintha állomásozó terepmunkára menne – legyen egy átfogó képe arról, amit kutat. A különböző terek kiválasztásának a kutatás egészére jellemző logikus rendbe kell illeszkednie, s ezt a logikát alapvetően a kutatott probléma határozza meg.

Azt, hogy a követés tulajdonképpen mit is jelent, szemléletesen írja le Marcus a szövegnek a tárgyak, áruk követéséről szóló részében. Ez a pár mondat számomra azért is nagyon fontos, mert itt egyértelműen utal arra a szoros kapcsolatra, ami a *multi-sited ethnography* és Appadurainak a tárgyak értéktulajdonító kontextusok, „értékrezsimek” közti vándorlásáról szóló elmélete között van. Az értékrezim Appadurainál a tárgyak használatba vétele és a használatból való ki-, illetve más használatokba történő átkerülése közötti időszakban a használatot, a tárgy „értékét” meghatározó kontextusokat jelöli. Tipikusan ilyen kontextus lehet például egy lokalitás, ami meghatározza, hogy mikor és milyen körülmények közt válhat egy dolog áruvá.

Az árukat – írja Appadurai – fogjuk fel meghatározott helyzetben lévő dolgokként, amely helyzet a dolgok széles körét jellemezheti társadalmi életük különböző pontjain. Ez azt jelenti, hogy minden dologban az áruvá válás lehetőségét keressük ahelyett, hogy sikertelenül kutatnánk az áruk és mindenfajta más dolog közti mágikus különbséget. Ez azt is jelenti, hogy elszakadunk az áru marxi, termelésközpontú képzetétől, és a teljes életpályára összpontosítunk az előállításától a cserén/elosztáson át a fogyasztásig. De hogyan határozzuk meg az áruhelyzetet (*commodity situation*)? Azt ajánlom, hogy tekintsük áruhelyzetnek bármely dolog társadalmi életében azt a helyzetet, amelyben társadalmilag lényeges jellemzője a másik dologra történő (múltbeli, jelenbeli vagy jövőbeli) elcserélhetősége. Az így definiált áruhelyzet az alábbiak szerint tovább bontható: (1) egy dolog társadalmi életének áruházi fázisára (*commodity phase*); (2) egy dolog árujelöltségére (*commodity candidacy*); és (3) az áruösszefüggésre (*commodity context*), melybe egy dolog kerülhet. Az „árulet” mindhárom aspektusa további magyarázatra szorul (Appadurai 2008 [1994]: 69).

4 Sajátos, ahogy a több terepből összeálló Terep megtervezésének metaforájaként az orosz konstruktivizmust, kivált Dziga Vertov *Ember a fellevőgéppel* című filmjét használja fel. Vertov filmje szerinte eklatáns példája a jól tervezett több terepű etnográfának (Marcus 1995: 105–106).

Ettől azonban, miután nem tartozik szorosan a tárgyhoz, most eltekintek. Appadurai Kopytoffra (2008) és Simmelre hivatkozva az áruhelyzet egyik összetevőjeként megfogalmazott „árujelöltség” meghatározása kapcsán írja:

...a dolgok árujelöltsége inkább fogalmi, mintsem időleges jellemző, és azon (szimbolikus, osztályozó és morális) szabályokra és kritériumokra utal, amelyek a dolgok elcserélhetőségét meghatározzák egy bizonyos társadalmi és történeti kontextusban. Első ránézésre ezt a jellemzőt a dolgok osztályozását szabályozó kulturális keretként magyarázhatnánk, ez Kopytoff [...] tanulmányának egyik legfontosabb kérdése. Ez a magyarázat azonban elfedi a fogalom bonyolult voltát. Igaz, hogy a legtöbb stabil társadalomban lehetséges lenne feltárni egy olyan rendszertani struktúrát, amely meghatározza a dolgok világát, amely összevon bizonyos dolgokat, megkülönböztet másokat, jelentéseket és értékeket rendel e csoportosításokhoz, és megteremti a tárgyak körforgását irányító gyakorlatok és szabályok alapját. [...] De létezik két olyan szituáció, amikor a cserét irányító szabályok és kritériumok annyira meggyöngülnek, hogy szinte hiányoznak. Az első a kulturális határokat átlépő tranzakciók köre, amelyekben a felek csak az árban (legyen az pénzben kifejezve vagy sem) és magára a tranzakcióra vonatkozó néhány szabályban állapodnak meg. A másik az olyan kultúrán belüli cserék esete, ahol a nagymértékben közös értelemdadások ellenére a csere a cserére kerülő tárgyak értékének merőben eltérő érzékelésén alapul (Appadurai 2008 [1994]: 69–70).

Appadurai értékrezsim-fogalma a dolgok értékét inkább ebből, a cserét irányító szabályok és kritériumok meggyöngültségével jellemezhető, a kontextusok közötti átmeneti szituációból kiindulva közelíti meg. Mint írja, az értékrezsim fogalma

nem előfeltételezi minden egyes árucseré esetében a kulturális feltevések teljes egybeesését; az értékek összhangjának szintje helyzetről helyzetre, árurol áruvá változhat. Az értékrezsim-ekek ebben az értelemben megférnek a standardok kölcsönös elismerésének alacsony, illetve magas fokával is. Ezek az értékrezsim-ekek felelősek a kulturális – kultúrán itt helyhez kötött, lokális jelentésrendszereket értve – határok átlépéséért az áruk folyamatos áramlása révén (Appadurai 2008 [1994]: 70).

Appadurai a tárgyakkal való társadalomtudományi foglalatosskódásnak alapvetően két, egymástól elválasztandó, ugyanakkor szorosan össze is függő aspektusát határozza meg. Az egyik lehetséges út a tárgyak élettörténetének végigkövetése, míg a másik a tárgyak egy lehetséges osztálya társadalomtörténetének körvonalazása. Jóllehet felhívja a figyelmet arra, hogy „az egyes tárgyak egyedi kulturális életrajzait érdemes elkülöníteni az egyes tárgykategóriák vagy tárgynosztályok [...] társadalmi karrierjétől [...], mivel ez utóbbiak vizsgálata tágabb időintervallumot átfogó perspektívát igényel, és részben eltérő természetű következtetések levonására ad alkalmat” (Berta 2008: 52), a két kategória összetartozásának vizsgálatát ő is heurisztikus eszköznek tekinti. Mint írja, a kétféle kutatási perspektíva közötti különbség

kétfajta idősíkhöz, kétfajta osztályidentitáshoz, és a társadalmi lépték két különböző szintjéhez kapcsolódik. A Kopytoff<sup>5</sup> által megfogalmazott kulturális életrajzi megközelítés az egyes dolgok esetében megfelelő. E megközelítés rávilágít arra, hogy azáltal, hogy a dolgok különböző kezekben mennek keresztül, más és más kontextusokban tűnnek fel, és különböző használati módoknak vannak kitéve, sajátos életrajzra vagy életrajzok sorozatára tesznek szert. Ha azonban a tárgyak osztályait vagy típusait tekintjük, fontos, hogy figyelmet fordítsunk a [...] hosszú távú

---

5 Az Appadurai által hivatkozott mű: Kopytoff (2008).

változásokra és az adott csoporthoz vagy típushoz tartozó tárgyak egyedi életrajzán túlmutató, nagyobb léptékű erőhatásokra is. Lehet tehát, hogy egy bizonyos ereklýének van egy bizonyos életrajza, de az ereklýek egy típusának, vagy akár a tárgyak „ereklýeknek” nevezett egész osztályának lehetnek olyan nagyobb történelmi hullámzásai, amelyek során a jelentésük nagymértékben módosul (Appadurai 2008 [1994]: 85).

Majd kevéssel később azt is leszögezi, hogy

a dolgok társadalomtörténete és kulturális életrajza nem teljesen választható el egymástól, hiszen a dolgok hosszú távú, makroszintű társadalomtörténete fogja keretbe a rövid távú, sajátos és magánjellegű pályák formáját, jelentését és struktúráját. Ugyanakkor az is igaz, bár jóval nehezebb bizonyítani, hogy a dolgok életrajzában végbemenő apró változások hosszú távon a dolgok társadalomtörténetében bekövetkező változásokhoz vezetnek. A dolgok áramlásának mikro- és makroszintű pályái, rövid és hosszú távú mintái közötti bonyolult összefüggésekre nem sok példát találunk a szakirodalomban (Appadurai 2008 [1994]: 87).

Ez az a pont,<sup>6</sup> ahol Marcus etnográfiaja Appadurai elméletéhez kapcsolódik. Marcus szerint a *multi-sited ethnography* lehetősége például éppen az, hogy nem csupán egyedi, hanem különböző lokális kontextusokban áruhelyzetbe kerülő – s miután láttuk, hogy áru gyakorlatilag bármi lehet, akár különböző – dolgok követésével éppen a „mikro- és makroszintű pályák” közötti összefüggések tapinthatók ki.

Marcus tudatában van annak, hogy a módszer az etnográfia határait feszegeti (1995: 99), tudatában van annak, hogy ezen az úton a terepmunka hatékonysága is csökkenhet, hiszen az állomásozó módszerrel szemben itt gyakran előfordulhat, hogy rövidebb ideig van jelen a kutató egy-egy vizsgált közösségben, s így objektíve sincsen lehetősége a megismerés olyan fokát elérni, mint a klasszikus módszerekkel. Ugyanakkor – azon túl, hogy „klasszikus” problémáinak változásával lépést tarthat – két okból mégis fontosnak tartja a *multi-sited ethnography* módszerének felvetését. Egyfelől így olyan témák, problémák kerülhetnek a látóterébe, melyek addig illetékességi körén kívül álltak, ám amelyek tekintetében sajátos módszereinek – kivált a résztvevő megfigyelésnek, vagy a vizuális etnográfának – mégis van relevanciája. E témák kutatása ugyanakkor azt is jelenti, hogy az etnográfia egy interdiszciplináris kutatási mező egyik résztvevőjévé válik. Marcus szerint – és ez a második ok – ez a lépés hozzájárul a tudományág elméleti horizontjának kitágításához is. Utóbbi pedig kiemelkedően fontos számára, hiszen a kutatás tárgyának követése olykor olyan „helyszínekre” viheti az etnográfust – pl. a média diskurzusai, vagy mint a módszert újabban tárgyaló szövegek megjegyzik, a kibertér –, melyekre elméletileg nincsen felkészülve.

Marcus tanulmánya több területen is hatással volt az etnográfia, kulturális antropológia jelzett problémáival foglalkozó kutatók munkájára. Maga Marcus is kijelenti (1995: 104), hogy a *multi-sited ethnography* által felvetett gondolkodási irány uralkodó tendenciaként jelenhet meg a médiaantropológiában, kivált olyan területein, melyek az internettel foglalkoznak. Marcus tanulmányának megjelenése idején ez a kutatási terület a különböző társadalomtudományi diszciplínák „kiber”-ágaként az egyre gyorsabb önállósodás felé haladt, s egyre növekvő szakirodalmi korpuszukban Marcus tanulmánya biztos hivatkozási ponttá vált. Az 1990-es évek végére különböző neveken – *cyber* vagy *computer ethnology*,

6 Marcus több helyen, több „követési mód” összefüggésében is idézi Appadurai elméleteit: Marcus (1995: 104, 105, 107).



*cyberanthropology, cyberethnography, netnography, online ethnography, computer-mediated anthropology* stb. –, de konvergáló tartalommal a kutatási irány az antropológia elismert területévé, módszertana a kvalitatív módszertan részévé vált. E kutatási irányok fókuszában elsősorban a virtuális világok és személyiségek problémaköre áll, s alapvetően olyan emberi közösségekben kutatnak, melyekben a tagok kapcsolatának meghatározó tényezője a kibertér (alapszöveggként hivatkozott általában Escobar et al. 1994; a kérdéskörhöz átfogóan lásd Budka és Kremser 2004; a *cyberethnography* módszertanának összefoglalása: Hine 2000; illetve magyarul Gelléri 2001). A kiber-társadalomtudományok kezdeti időszakában a kiberközösségeket általában zárt entitásokként fogták fel és így is kutatták. Ebben az esetben az alapvető kérdés az volt, hogy a terep és a résztvevő megfigyelés fogalmai kiterjeszthesztek-e erre az új közegre, s ha igen, miképp. Később azonban, ahogy az internet a mindennapi élet egyre fontosabb részévé vált, ez a szemlélet – jobbra – megváltozott. A kibertér mint közeg különossége és sajátossága sokkal kisebb súllyal van jelen a kutatásokban. A kutatók számára viszonylag gyorsan kiderült ugyanis, hogy a reális és az imaginatív vagy virtuális világok közötti erős különbségtétel nem igazán gyümölcsöző, s az antropológiának a közösségek, identitások és kapcsolatok különböző természetű kommunikatív terek közötti folyamatosságára kell koncentrálnia (Wilson és Peterson 2002: 456–457). Ezen a ponton válik igazán fontossá a kiberantropológia számára Marcus elmélete, mely a követés motívumának hangsúlyozásával éppen arra irányítja a figyelmet, hogy a terep, mint a kutató és a kutatók kapcsolatának konstruktuma, egymástól nagyon különböző természetű kommunikatív színterekből<sup>7</sup> jön létre – vagy másképp fogalmazva: számos ilyen színterre tagolódik –, melyek közt az etnográfus problémafelismerése teremt kapcsolatot. Marcus érvelésében tehát a terepet nem valamilyen territoriális elv tartja egyben, hanem a kutatás logikája. Ezért is félrevezető, ha a *multi-sited ethnography* terminust „többterepű etnográfia”-ként fordítjuk magyarra (lásd pl. Feischmidt 2006). A többterepű jelző ugyanis nem egyenértékű az angol *multi-sited* kifejezéssel. A terep hagyományos megnevezése az angol etnográfiai irodalomban „field”, a terepmunka „fieldwork”. A *multi-sited* – épp a jelen fejtegetés összefüggésében – pedig nem azt jelenti, hogy több terepen mozog az etnográfus, hanem azt, hogy a terep mint „mező” töredezetté, több helyszínűvé válik.

A kibertér felé elmozduló antropológiákkal párhuzamosan, azokkal szoros összefüggésben öltött egyre határozottabb körvonalakat az etnográfiai módszertanoknak az a csokra, melynek középpontjában a hipermedialitásra alapuló technológiák társadalomtudományi alkalmazásának kérdése áll. A csokorban roppant változatos elnevezésekkel találkozunk:

7 Tanulmányomban néhány kifejezést a kommunikáció participációs elmélete összefüggésében használok. Így a színtér jelen esetben „környezet; amelynek ismerete szükséges ahhoz, hogy megértsük az ott vagy abban megtörténő kommunikatív eseményt. (...) A színtér elemzésénél elsőként olyan fogalmak merülnek fel: mint téri és időbeli körülmények, az esemény nyilvánossága (vagyis hány résztvevője van egy eseménynek), a résztvevők integráltsága, vagyis az, hogy milyen módon tudnak egymásról, milyen mértékben vannak figyelemmel egymásra. A sor nyilván folytatható, de ennél lényegesebb az, hogy mindezek az esemény valamely résztvevőjének/résztvevőinek (akár megfigyelői résztvevő[k]) értelmezési keretében adóttak. A körülményekbe beletartoznak nemcsak a megnyilatkozás környezetének a speciális és temporális adottságai, hanem a jelenlévők – vagyis a színtéren lévőek – ezekre vonatkozó ismeretei, előzetes tudásai, képességei, elvárásai – összefoglalóan: felkészültségei. A színtér elemzésénél az elérhető felkészültségeket kell figyelembe vennünk. Amennyiben tehát a színteret konstituálja az ágensnek felkészültsége, akkor a színtér leírását mindig ágensnek felkészültségére hivatkozva lehet megadni. Ebből következően különböző felkészültségtípusok különböző szintértípusokat eredményeznek. Nevezük összefoglalóan színtérnek mindazokat a körülményeket, amelyek valamely ágens számára meghatározzák egy adott esemény lehetséges ’interpretációit’” (Domschitz és Hamp 2006: 110).

van html/hypertext- (Porter 2004), *multimedia*-, *interactive multimedia*- (Kankkunen 2006), *hypermedia*- (Dicks et al. 2005), *virtual*-, *digital*- (Murthy 2008; Underberg és Zorn 2013) és *multi-semiotic* vagy *multimodal ethnography* (Dicks et al. 2005; Dicks és Soyinka és Coffey 2006). Az elnevezések felbukkanása egyfajta kronologikus rendet is mutat, amennyiben követi a technológia fejlődését. Ennél azonban sokkal fontosabb az a kronológiát nem követő elmozdulás, ami a html, illetve a multimédia egyszerű, szinte reflektálatlan használatától a használat elméleti megalapozása és lehetőségeinek kihasználása felé mutat. Sok esetben ugyanis – ha már egyáltalán komolyan vehetőnek tartották azokat – az új technológiák alkalmazását a kutatók legfeljebb a publikáció új, látványos, és mindenekelőtt olcsó módszereként tudták elképzelni, s használatukat egyetemi kurzusok keretében is alapvetően ilyen összefüggésben tanították. Az elméletek kidolgozásában kulcsszerepet játszott a *Cardiff School of Social Sciences* keretei közt létrehozott, Bella Dicks által vezetett kutatócsoport, melynek célja egy *Ethnographic Hypermedia Environment*-nek (röviden: EHE) nevezett rendszer kidolgozása volt.<sup>8</sup> Dicks és munkatársai négy, egymással összefüggő területre összpontosítva fogalmazták meg elméletüket. Ezek: a multimedialitás kérdése és a hipertext mint nyitott adatintegrációs modell problémája, valamint a nonlinearis szerkezet, és az interaktív, vagyis a szöveg írásába az olvasót is bevonó szerkesztésmód. E kérdések tagadhatatlanul kapcsolatban állnak nem csupán a munkájukkal kapcsolatos, hanem a multimedialitással, hipertextualitással vagy az internettel összefüggő kortárs vitákkal is. Ennek ellenére a hypermedia etnográfiai alkalmazásával kapcsolatos diskurzust lényegében napjainkig az általuk kijelölt tematika határozza meg.

A multimedialitás problémájának az etnográfiában jelentős múltja van. Ez a megállapítás még akkor is igaz, ha a kérdést szűken értelmezzük, és elválasztjuk általában az etnográfiai képhasználat vagy a vizuális antropológia problémavilágának jelentős részét kitevő film kérdéseitől, s kizárólag azt vizsgáljuk, hogy miképp vetődik fel az etnográfiában az időhöz különbözőképpen viszonyuló – és egymástól eltérő érzékszervi modalitásokra épülő – médiumok<sup>9</sup> használata. A társadalmi jelenségek komplex elemzésére valószínűleg Franz Boas használta először az álló- és mozgóképek, hangfelvételek, szövegek olyan integrált rendszerét, melyet ma multimédiának neveznénk (Ruby 1980; Nagy 2005). Az ő hatása is érezhető Gregory Bateson és Margaret Mead bali kutatásán. Kettejük könyve, a *Balinese Character* a vizuális antropológia meghatározó műve lett. A fényképes és szöveges oldalak párosaiból felépülő monográfiában – melynek lineáris szerkezetét a kereszthivatkozások bőséges rendszere lazítja fel – a képek nem pusztán illusztratív szerepet töltenek be, hanem az érvelés részét képezik (erről bővebben lásd Hagaman 1994), a szerzők azonban ennél jóval többet akartak. Mint Bateson előszavában utal rá, egy olyan reprezentációs módszert szerettek volna létrehozni, melyben az állóképek és szövegek mellett a kutatás során különösen fontos szerepet játszó mozgóképfelvételek is megjelenhetnek: „[...] arra voltunk kényszerítve, hogy

8 A csoportról részletesen lásd <http://www.cf.ac.uk/socsi/hyper/index.html>.

9 A multimédia definiálása nem egyszerű. A mindennapi szóhasználatban általában a különböző érzékszervi modalitások által érzékelhető tartalmak közös – számítógépes – felületen való megjelenését értik alatta. A szakirodalomban legtöbbször Steinmetz definícióját idézik, aki szerint a multimédia-rendszereket „független információk számítógép-vezérelt, integrált előállítás, célorientált feldolgozása, bemutatása, tárolása és továbbítása határozza meg, melyek legalább egy folyamatos (időfüggő) és egy diszkrét (időfüggetlen) médiumban jelennek meg” (Steinmetz 1997 [1993]). Ebből a meghatározásból azonban hiányzik az interaktivitás fogalma, ami mára egyértelműen része a multimédiának.

nagyon takarékosan bánjunk a filmes nyersanyaggal, s így – a bemutatás jövőbeli nehézségeit figyelmen kívül hagyva – azt terveztük, hogy az álló- és mozgóképek együtt alkotják majd a viselkedéssel kapcsolatos felvételeink anyagát” (Bateson és Mead 1942: 50). Jóllehet a kor technikai adottságai között a bemutatás nehézségei megoldhatatlannak bizonyultak, a fényképek és filmek – illetve ezek szöveggel együtt történő – használatának elméleti jelentőségére ők mutattak rá.

Mindketten úgy gondolták, a fényképek használatának egyik indoka az lehet, hogy azokat nem terhelik olyan kulturálisan rögzült asszociációk, melyekkel a szavak esetében meg kell küzdeni (Bateson és Mead 1942: xi–xii), vagyis a fényképek értelmezése független az értelmező kultúrájától. Ezt az elképzelést mára többszörösen megcáfolták (pl. Worth és Adair 1977). Az a megfontolásuk azonban, hogy a megfelelően elkészített fényképek sorozatai segítségével a viselkedés illékony tintájával megjelenített kultúra precízebben írható le és tanulmányozható, mint ha szöveggé konvertálnánk (Bateson és Mead 1942: xi–xii), mára a vizuális antropológia egyik alapállítása lett. A leírás precizítása abból következik, hogy a fénykép viszonylag nagy hűséggel rögzíti a látvány egy-egy szeletét, s a rögzítés nézőpontjainak és a szeletek számának növelésével bizonyos mértékig ez a precizitás is növelhető. A fényképek azonban a leírás komplexitását is növelhetik. A szöveggel ellentétben ugyanis nem lineárisan, hanem szimultán módon, totalitásként reprezentálnak valamit, s ez a totalitás több egymást kiegészítő alternatív olvasatot tesz lehetővé. Egy kutatás összefüggésében az olvasatok közt ráadásul nem csak a kutató, hanem a kutatottak olvasatai is megjelenhetnek. Bateson éppen ezért a képeket és filmeket visszavitte a bennszülötteknek. A filmeket kézi vetítővel mutatta meg nekik, a falu lakói pedig kommentálták is a látottakat, például megbeszélték, hogy a lefilmezett szereplő tényleg transzban volt, vagy csak szimulált (Jackins 1988: 164–165). Bateson számára ezek a beszélgetések sokkal nagyobb jelentőséggel bírtak, mint maga a film, mert olyan dolgokat tudhatott meg általuk, melyeket kizárólag a filmek – vagy az interjúk – útján nem tudhatott volna meg. Az etnográfában ma széles körben elterjedt *film* vagy *photo elicitation* módszerét Batesonnak erre a gyakorlatára vezetik vissza (lásd Krebs 1975). Végül a szakirodalomban nem különösebben reflektált, ám témánk szempontjából különösen fontos az, hogy Bateson a könyv szerkezetével – az egy oldalra tett „kölcsonösen releváns” képekkel, a képek és szövegek közötti kereszthivatkozásokkal – szándékosan próbálja bevonni az olvasót is az etnográfiai értelmezés folyamatába.

Az EHE alapja a hipermédia, ami lényegében a hipertext kiterjesztett változata. A hipertext „az adatintegráció és információközvetítés olyan módszere, amely a tudást a hagyományosan lineáris szövegstruktúra helyett a kognitív emberi gondolkodást hívebben tükröző, nem lineáris, térbeli hálózatos rendszerben rendezi el” (Sütheő 1999: 27). A hipertextben a szöveg tehát nem csupán arra való, hogy értelmezze, körülírja a különböző mediális természetű adatokat, hanem arra is, hogy integrálja, vagyis egy közös rendszerben tegye elérhetővé, s a hivatkozások segítségével egy közös felületre is hozza azokat. Így a képként megjelenített szöveg a felhasználó és a hipermédia közötti kapcsolatot létrehozó interfész legfontosabb eleme. Bár a hipertextnek különböző szempontok mentén több változatát különböztetjük meg (lásd Szűcs 2001), a lineáris szövegszervezés felbontása mindegyikre jellemző. Mint Theodor Holme Nelson, a hipertext terminus megalkotója írja:

Hipertexten a nem szekvenciális írást értem – olyan szöveget, mely elágazik, és a választás lehetőségét kínálja fel az olvasónak, s melyet a legjobban egy interaktív képernyő előtt lehet olvasni. Általában úgy szokták elgondolni, hogy szövegdarabok sorozatáról van szó, melyeket linkek kötnék össze, s így az olvasó különféle bejárési útvonalak között választhat (Landow 1996 [1992]).

A társadalomtudományokban használatos szövegalkotási eljárásokban a linearitásnak fontos szerepe van az érvelés felépítésében, így érthető módon nem mindegy, hogy a szöveg darabjai hogyan, milyen sorrendben állnak össze. A problémát azonban nem csupán a hipertext nonszekvenciális jellege okozza. Mint Sütő meghatározásából láttuk,<sup>10</sup> a hipertext az információközvetítésen túl az adatkezelés, az adatintegráció eszköze is. Nelson és nyomán a hipertext teoretikusai rendre kiemelik a hipertext integratív karakterét:

...ha megvalósul a teljes körű, független linkelés és ablakszerű megjelenítés, alapjaiban megváltozik a tudomány. Az értelmezők vagy kritikusok pontosan megjelölhetik azt a szöveget, amire utalnak, és különböző részekből bármilyen szöveget összeállíthatnak állításuk alátámasztásához. Egyszerűbbé, könnyebben követhetővé válik az összehasonlítás és a szövegmagyarázat. Nem okoz majd gondot részletes magyarázatokat közzé tenni meglévő szövegekhez, minden nehézség nélkül összeállíthatunk antológiákat egymáshoz kapcsolódó anyagokból (Nelson 1996 [1982]).

Ez pedig nem csak a tudósok egymásra hivatkozó szövegeire érvényes, hanem azokra a forrásokra is, melyekre szövegeikben hivatkoznak. Egy EHE-típusú társadalomtudományi szövegben például egy-egy, a kutatói interpretáció szempontjából fontos interjúrészlet szöveges átiratán túl az egész interjú hang- vagy videofelvétele is szerepelhet. Ennek pedig nem csupán az a következménye, hogy a szöveget jegyző etnográfus értelmezéseit a teljes interjú birtokában könnyen ellenőrizheti vagy felül is bírálhatja egy másik etnográfus, vagyis a szövegek és forrásaik az eddigieknél jóval könnyebben válhatnak kritikák vagy másodelemzések alanyává. A hipertext ugyanis a terephez való viszonyunkat formálhatja át. Mint Mészáros Csaba egy tanulmányában megjegyzi, azzal, hogy az etnográfiában a résztvevő megfigyelést középpontba állító terepmunka meghatározó paradigmáját Malinowski nevéhez és módszeréhez kapcsolták, megváltozott a terep és a terepmunka státusa. Malinowski ugyanis nem abban hozott újdonságot,

...hogy több időt töltött a kutató közösségben, mint más néprajzi feljegyzéseket készítő európaiak, vagy abban, hogy jobban ismerte volna a helyi nyelvet, mint más kutatók, hanem leginkább abban, hogy a terepmunkát egy meghatározott kérdés megválaszolására fókuszálta, amely kutatói kérdést gyűjtött adatai alapján válaszolta meg néprajzi publikációiban. A terepmunka ezután nem teljességre törekvő leírást (leginkább bevezetést) kívánt nyújtani egy-egy közösség életéről, hanem szorosan összekapcsolódott a néprajzi írás folyamatával (Mészáros 2010: 179).

Ebben a folyamatban pedig a terep és a terepmunka során végzet résztvevő megfigyelés az esettanulmány szerepét tölti be (Mészáros 2010: 176), vagyis olyan részleteiben és mélységeiben alaposan tanulmányozott kulcsmotívum, ami az etnográfus által vizsgált társadalmi jelenség értelmét nyithatja meg. Ebből következően a terepmunka részleteinek megtervezése, a helyszín, az adatközlők kiválasztása, az interjúhelyzetek megteremtése ugyanúgy az antropológiai szöveg argumentációjának része, mint az interjúrészletek kiválasztása, kontextualizálása és a tapasztalatok szöveggé formálása. A hipertext ezt a konstrukciót bontja szét, dekonstruálja a szó derridai értelmében, vagyis azt teszi lehetővé, hogy az olvasó szétválassza a forrásszövegeket és azok kutatói olvasatát, megkérdőjelezze és újraértelmezze azokat. Miután az EHE magát a terepet nem tartalmazza, itt is érvényes az, hogy a dekonstrukció nem tárja fel számunkra, a „dolgok hogyan vannak valójában”. A folya-

---

10 Sütő itt Nelson egyik eredeti szövegét foglalja össze (Nelson 1996 [1982]), melyben a szerző a hipertext értelmét éppen abban látja, hogy azzal képesek leszünk az emberi tudást új, a tudásterületek összefüggérendszerait az eddigieknél sokkal jobban láttató módon kezelni, használni.

mat során szövegeket, események, folyamatok reprezentációit olvassuk újra azzal a céllal, hogy minél mélyebben megértsük, ugyanakkor egy-egy új szekvenciát létrehozó olvasás által újra is írjuk azokat. Dicks Nelson nyomán többször is felhívja a figyelmet arra, hogy a hipertext tulajdonképpen nem nevezhető nemlineáris szövegnek. Nelson – mint idéztem – nonszekvenciális, vagyis olyan szövegről ír, melyben a szövegegységek szerző által definiált rendjét az olvasó fel tudja bontani, s a rendszerbe épített linkek segítségével alternatív szekvenciákat tud létrehozni, melyekben azonban a szöveg változatlanul lineárisan épül fel. A szerzői szekvencia ugyanakkor megmarad, sőt abban az esetben, ha a rendszer lehetővé teszi az olvasói szekvenciák rögzítését, ezek által komplexebbé, gazdagabbá is válhat.

Az eddigiekből logikusan következik a szerzőség kérdése, ami az akadémiai tudományosság számára egyáltalán nem elhanyagolható, s amelyet az interaktivitás bevezetése egy EHE-rendszerbe tovább bonyolít. Az interaktivitás legalább annyira összetett fogalom, mint a hipertext. Részletes ismertetése helyett most kizárólag Sheizaf Rafaeli (1988: 119) meghatározását szeretném használni, aki szerint egy kommunikációs folyamat akkor interaktív, ha abban egy üzenet úgy reagál a korábbi üzenetek szekvenciáira, hogy azokat magába is építi. Egy médiumot pedig akkor nevezhetünk interaktívnak, ha képes teret adni az ilyen kommunikációs folyamatoknak. Az interaktivitás egy EHE esetében jelentheti az imént említett olvasói szekvenciák mentésének lehetőségét, ám ma, a közösségi tudástermelést lehetővé tevő „webkettes” alkalmazások elterjedésével sokkal inkább arra utal, hogy a felhasználónak lehetősége nyílik arra, hogy maga is alakítsa a rendszer tartalmát: kommentárt fűzön az olvasottakhoz, médiatartalmakat töltsön föl, stb., s ezek a tartalmak a rendszer részévé válva a továbbiakban esetleg forrásként szolgáljanak a kutató számára. Egy EHE tehát felbontja, vagy legalábbis viszonylagossá teszi az etnográfia tudástermelési folyamatok rögzítettnek vélt szerepeit is. A megfelelő kompetenciák hiányában arra ugyan általában kevés esély van, hogy a kutatóból kutató legyen, arra azonban mégis van lehetőség, hogy a kutatókat intenzívebben és látható módon kapcsolódjanak be a tudástermelés folyamatába.

Ezt a lehetőséget állítja középpontba a *collaborative ethnography* elmélete és módszertana. Miután az etnográfia *per definitionem* kollaboratív tudomány, és kollaboráció, vagyis együttműködés nélkül nem hozható létre etnográfiai tudás, a szóhasználat némi magyarázatra szorul. A módszert kidolgozó Luke Eric Lassiter szerint (Lassiter 2005) a kollaboratív etnográfia lényegében azt jelenti, hogy az együttműködés gyakorlatát az etnográfiai folyamat minden szintjére kiterjesztjük, a kutatási probléma kijelölésétől a terepmunkán át a tapasztalatainkat összegző írások elkészítéséig. Másképp szólva: az etnográfiai munka több stádiumára is jellemző együttműködéses módszereket vagy hajlandóságot a munkafolyamat háttéréből annak fókuszába állítjuk. Lassiter álláspontja szerint ez tehát nem egy új etnográfiát jelent,<sup>11</sup> hanem a használatos módszerek más megközelítését. Mint maga is utal rá, a kollaboráció szó is szerepel a tudománytörténetben, csak míg eddig alapvetően a kutatók együttműködését jelölte vagy egy interdiszciplináris megközelítést, addig most értelme sokkal tágabb: az etnográfiai írás célját jelöli ki a kulturális jelenségek lokális közösségekből származó munkatársakkal (*local community consultants*) együtt történő értelmezésében (Lassiter 2005: 17–18). A koncepciót Lassiter a kognitív antropológiából vette, melyben azt a lokális szubjektumot,

---

11 Lassiter a „Defining Collaborative Ethnography” című fejezet „My Journey to Collaborative Ethnography” című alfejezetében részletesen elemzi azokat a kutatókat, akik hasonló elgondolások mentén dolgoztak (Lassiter 2005: 15–25).

aki az etnográfus számára korábban alapvetően „adatközlő” (*informant, respondent*) volt, egyre inkább „konzulensként” vagy „szaktanácsadóként” (*consultant*) nevezték meg. A konzulens ebben az összefüggésben olyan gondolkodó társ, aki az etnográfussal együtt vállalkozik arra, hogy kidolgozza, illetve felfejtse a bennszülötti gondolkodás és kultúra kategóriáit, kapcsolatuk rendszerét és jelentéseiket – s aki történetesen maga is bennszülött, pontosabban része az adott kultúrának (Lassiter 2005: 25–48).

Lassiter úgy véli, hogy az etnográfus nem a bennszülött vállá felett kukucskál (Geertz 2001 [1973]), hanem mellette áll, vele egy irányba néz, s közben beszélget vele a látottakról. A *collaborative ethnography* módszerében nagyon fontos szerepe van az „egy irányba nézésnek”, vagyis annak, hogy az együttműködés már a terepmunka fókuszába kerülő társadalmi cselekvések kijelölésekor elkezdődik. Az azonban, hogy a lokális szubjektumok együttműködnek a kutatóval, Lassiter számára sem magától értetődő dolog. Ő is számol a terepmunka egyik legnagyobb problémájával, az együttműködni nem akaró, érdektelen vagy a kutatót éppen szándékosan félrevezető „adatközlővel.” Éppen ezért fontos számára is, hogy a kutatókat érdekeltté tegye a kutatás sikerében. Ezt azonban nem a „hagyományos” úton próbálja elérni, vagyis nem fizet az információért, nem különböző civilizációs javakat juttat az „adatközlőknek”, s nem is a segítő szerepébe bújuk, aki szakértelmét, összeköttetéseit vagy különböző jártasságait állítja „partnerei” szolgálatába különböző – a kutatás tárgyához inkább kevésbé, mint többé kapcsolódó – ügyek elintézésében. Lassiter úgy véli, hogy az etnográfust foglalkoztató tudományos kérdéseket a kutató közösség számára valós, mondhatni életbe vágó társadalmi problémák kezelésének összefüggésében érdemes kutatni. A problémát James P. Spradleynek a *The Ethnographic Interview* című könyvéből vett példával világítja meg. Spradley szerint a határozott tematikával érkező kutatót gyakran fogadják olyan kérdésekkel, melyek egyszerre vetítik előre a kutató közösség érdektelenségét a kutató témája iránt, illetve jelölnek ki más lehetséges fókuszokat:

Tanulmányozni akarsz a kultúránkat, hogy felépítsd saját elméletedet a hatalomról? Nem látod, hogy a gyerekeink éheznek? A vízi szellemekkel kapcsolatos hiedelmeket akarsz tanulmányozni? És mi van az új nukleáris erőművel, ami radioaktív hulladékkal szennyezi az ivóvizünket? A rokonsági terminusokat akarsz kutatni, hogy egyre összetettebb elméletet építhess? És mi van a szegénységben és magányban élő idős rokonainkkal? (Lassiter 2005: 22).

Az etnográfiai terepmunka célja Lassiter számára az, hogy a kutató részesedjen azokban a tudásokban, felkészültségekben,<sup>12</sup> melyek segítségével a lokális szubjektumok felismerik és

12 A felkészültség itt használt fogalma – ismét a kommunikáció participációs elmélete alapján – többféleképpen is meghatározható, számunkra azonban itt az alábbi meghatározása irányadó: „a felkészültség megadható úgy, mint koncepciók, jártasságok azon együttese, melyeknek térben és időben zajló transzmissziója a közösség/társadalom tagjai számára egy problémahelyzet kapcsán közös tapasztalatot hoz létre. A felkészültség, ha stabil, ágens által tartósan és kollektíven elérhetővé tett, akkor intézménynek tekintjük. Azaz a felkészültség különböző közösségekben halmozódik fel és termelődik újjá. Az intézmények által rögzített felkészültség olyan típusú – például ismerete bizonyos, nagyobb gyakorisággal előforduló vagy a közösség által kiemelten kezelt problémahelyzetekben szükség-szerű –, hogy a közösség számára valamilyen szempontból lényeges e felkészültségek relevanciájának biztosítását az új nemzedék életében megoldani” (Pete és P. Szilczl 2006: 50). Meg kell azonban jegyeznünk, hogy a felkészültség fogalma nem egyenlő a tudással, kivált nem valamilyen rutin ismeretanyaggal (jóllehet ez is tekinthető annak), és a felkészültségekben való részesedés sem egyenlő a felkészültségek tökéletes elsajátításával. (A felkészültség fogalmához lásd még a szintér fogalmáról mondottakat a 7. lábjegyzetben.) Ahogy maguk a lokális szubjektumok sem részesednek egyenlő mértékben a lokalitást felépítő felkészültségekből, úgy az etnográfus részesedése is igen széles skálán mozoghat, s olykor nem sokkal jut túl a felkészültség hiányának felismerésén.

kezelik a problémákat, s ezen keresztül újrateremtik, fenntartják a lokalitást. A részesedéshez azonban arra van szükség, hogy a kutató be is vonódjon a problémamegoldás diskurzusaiba, s azok aktív résztvevője legyen, hozzávé a saját tudásából, lehetőségeiből, felkészültségeiből a problémamegoldáshoz azt, amivel rendelkezik – s amit adekvátnak gondol ő maga vagy a közösség. Az adekvát megoldás és hozzájárulás megtalálása a lokális tudásban való részesedés összefüggésében pedig nehezen túlértékelhető kompetencia, hiszen éppen azt jelzi, hogy a kutató megérti – legalábbis az adott probléma összefüggésében – a kultúra működését. Azokon a színtereken pedig, melyeket a lokális szubjektumok e problémák kezelésére hoznak létre, az etnográfus tehát nem maradhat kívülálló vagy néző. Ez pedig Lassiter részéről egyértelmű szakítást jelent a be nem avatkozó antropológia eszméjével.<sup>13</sup>

Azok a „beszélgetések”, melyek során az etnográfiai szövegek létrejönnek, legtöbb esetben a problémamegoldások színtereihez kapcsolódnak: értelmezik, dekonstruálják és újrateremtik azokat.<sup>14</sup> A létrejövő szövegek Lassiter szerint alapvetően két típusba sorolhatóak. Az egyik a közös szerzőségű (*co-authored*), míg a másik a valóban közösen írt (*co-written*) szövegek típusa (Lassiter 2005: 133–154). Az első esetben magának az írásnak a technikai tevékenysége nem feltétlen követeli meg több személy közreműködését, az utóbbiban viszont mindig arról van szó, hogy a teljes szöveg egy-egy részét más-más szerző írja. A szövegek létrejöttét minden esetben közösségi megvitatásuk – lényegében: továbbírásuk – követi (Lassiter 2005: 140–144).

A szövegek így egyfelől valamilyen közösségi konszenzust tükröznek, aminek kétségtelen pozitívumai mellett megvan az a veszélye, hogy a kutatás a közösségi érdekérvényesítés eszközévé válhat, s így torzíthatja annak eredményét. Ez a helyzet annak a lónak az „egyik” oldala, melynek másik oldalán azokat a stratégiákat találjuk, melyek segítségével a terepmunkát végző kutató megpróbálja uralni azokat a helyzeteket, melyekben a másokra vonatkozó tudását megszerzi. A kettő között nyeregben maradni nem egyszerű, a *collaborative ethnography* mégis erre tesz kísérletet azzal, hogy – módszeresen rákérdezve a kutató státuszára – az etnográfus dominanciájával jellemezhető, olykor konfliktusos szituációkkal szemben a kollaboráció, az együttműködés hangsúlyozásával a lokális tudás megértésének egy sokkal „dialektikusabb” (Bornemann 2009: 238) lehetőségét mutatja fel.

A szövegekkel kapcsolatos közösségi diskurzusok másfelől – legalábbis a nyomtatott forma megjelenéséig – a szöveg és a kutatás „imperfectumi karakterét” jelzik, vagyis arra utalnak, hogy a szöveg maga is részévé válik a kutató és a kutatottak közötti interaktív kapcsolatnak, beépül a diskurzusukba és további reflexiókat tesz lehetővé. A kérdés csak az, hogy ezt a lehetőséget hogyan lehet kihasználni. Az etnográfiai kutatások az esetek túlnyomó többségében ugyanis lezárulnak az eredményeket – a kutató értelmezéseit – bemutató szöveg(ek)

---

13 A kollaboráció gyakorlati megvalósításával kapcsolatos példákra itt egyfelől terjedelmi okok miatt, másfelől pedig a jelen szöveg alapvetően elméleti célkitűzései miatt nem tudok kitérni. Lassiter maga is ismertet könyvében két nagyobb kutatást, illetve a módszer alkalmazásával kapcsolatban érdemes megismerni egy afroamerikai közösségben egyetemi hallgatóival közösen végzett kutatásának eredményeit (Lassiter et al. 2004). A 2008-ban alapított *Collaborative Anthropologies* folyóirat első évfolyamának első száma több tanulmányban foglalkozik a kollaboratív elméletnek különböző tudományokban történő alkalmazásával, illetve számos kutatási beszámolóban vetik fel a gyakorlati alkalmazás problémáit. Ilyenek pl. Schensul, Berg és Williamson (2008); Spatig, Gaines, MacDowell et al. (2009); Tidrick (2010). Külön érdekes a folyóirat 4. évfolyama, melyben egyetemi hallgatók kollaboratív munkái során felvetődő módszertani és gyakorlati problémákkal foglalkoznak, lásd Menzies és Butler (2011).

14 Ebben az összefüggésben természetesen maguk is kommunikációs színterek, azonban már alapvetően az etnográfus kutatásának problémamegoldásaihoz kapcsolódnak.

könyvekben vagy folyóiratokban történő megjelenésével, s további diskurzusok legfeljebb azokban a szakmai körökben zajlanak, melyekhez ezek a médiumok eljutnak.

Lassiter sem itt, sem máshol nem veti fel a szövegek létrehozásával vagy közösségi értelmezésével kapcsolatban a hipermedia használatát vagy másfajta számítógépes mediatizáció lehetőségét,<sup>15</sup> azonban a *collaborative ethnography* és az EHE összekapcsolása nagyon kézenfekvőnek tűnik. Egy interaktív hipermediális rendszer ugyanis – a hipertext adatintegrációs lehetőségeinek köszönhetően – alkalmas arra, hogy úgy legyen publikációs felület, hogy miközben megőrzi a „végső szöveg” egységét, a felhasználók által szabadon elhelyezhető hivatkozások segítségével lehetőséget ad arra is, hogy a szöveg „tovább éljen”. Kapcsolatuk azonban ennél mélyebb és összetettebb. Lassiter szintén nem beszél sehol sem a multimediális adatok, kivált a képek használatáról a lokális szubjektumokkal való együttműködésben, holott, mint azt például Batesonék esetében is láttuk, a képek – éppen abból következően, hogy az általuk referált jelenséggel kapcsolatos alternatív olvasatokat tesznek lehetővé – erre az együttműködésre – például a kutatói és a lokális olvasatok ütköztetésén keresztül – kiváló lehetőséget nyújthatnak. Ugyanígy fontos kapcsolódási pontként említhető az is, hogy a hipertext lehetőséget ad a közösségi konszenzust tükröző, reprezentatív-érdekérvényesítő szövegek mellett – épp ezek torzító hatását ellensúlyozandó, illetve ezek reprezentációs és érdekérvényesítési stratégiáit felfedő és értelmező – különvélemények, valamint az etnográfus értelmezésének együttes, egymással összefüggésbe állított megjelenítésére.

Nincsen most lehetőségünk arra, hogy Dicks felvetése alapján végigjárjuk a két etnográfia koncepció kapcsolatának lehetőségeit. Tanulmányom zárásaképp inkább arra próbálok rámutatni, hogy miként kapcsolódhat össze az EHE-környezetben megvalósított *collaborative ethnography* a terep Appadurai és Marcus elméletei mentén történt újraértelmezésével. Mint arról fentebb írtam, meglátásom szerint a hipertext dekonstruálja a terepet mint a társadalmi jelenségek etnográfiai értelmezése során használt esettanulmányt, vagyis azt teszi lehetővé, hogy az olvasó szétválassza a forrásszövegeket és azok kutatói olvasatát, megkérdőjelezze és újraértelmezze azokat. A hipertexten alapuló struktúrák azonban nem csupán a terep lebontásához, hanem ahhoz is hozzájárulhatnak, hogy újra felépítsük a terepet. Természetesen nem arról van szó, hogy a különböző médiumok segítségével megpróbáljuk „hazavinni” vagy rekonstruálni a terepet. Az újraépítés itt diszkurzív eszközökkel történik, azokon a beszélgetéseken – vagy általánosabban fogalmazva: kollaboratív aktusokon – keresztül, melyek segítségével Lassiter az etnográfiai szövegeket gondolja létrehozni. Itt azonban a folyamat mediatizált. A mediatizációnak többféle esete lehetséges. Beszélhetünk olyan esetekről, melyek lényegében a lassiteri koncepció közös szerzőségű írásaival egyenértékűek. Ezeket másodlagosan mediatizált aktusoknak nevezem, mert olyan együttműködésekről számolnak be, melyek eredetileg nem virtuális térben valósultak meg. Ilyen lehet pl. egy interjú átírata egy EHE-rendszerben. Ezzel szemben az elsődlegesen mediatizált aktusok eleve EHE-környezetben zajlanak, s ezeken keresztül az EHE nem csupán az írás és a „publikáció” médiuma lehet, hanem maga válik tereppé, pontosabban a terep egyik site-jává,

---

15 A könyvben bemutatott kutatásokat látva ennek természetes oka az lehet, hogy az interaktív hipermediális technológiák alkalmazásának feltétele a digitális írástudás képessége, ami sok esetben nem jellemzi az etnográfusok által kutatott közösségeket. Ez a probléma természetesen az EHE-alapú módszerek alkalmazhatóságát – legalábbis a módszer egészét tekintve – erősen korlátozza. Miután azonban az EHE több, rugalmasan alkalmazható „modulból” áll, ezek egymástól függetlenül is használhatók. Így például a hipermedia lehetőségeit egy kutatásban akkor is kihasználhatjuk, ha az interaktív technológiák alkalmazását kompetenciák hiányában nem valósíthatjuk meg.



színterévé. Ezt a site-ot a többi site-tal – a Marcus által elgondolt módon, ám hiperlinkek segítségével explicitté téve – különböző személyek, tárgyak, metaforák, tervek, történetek, allegóriák, életutak, biográfiák és konfliktusok követése köti össze. Ezek a különbözőképpen mediatizált site-ok mint kommunikációs színterek értelmező módon „rekonstruálják” azokat a színtereket, melyeken a lokalitás teremtése zajlik. Reflektáltan és reflektálható módon jelennek meg rajtuk azok a felkészültségek, melyek a lokális tudás részeként a terepmunka középpontjába állított probléma kezeléséhez, vagyis a kultúra működéséhez itt és most szükségesek. Másként fogalmazva: e színterek a rajtuk megjelenő felkészültségeken és kommunikatív aktusokon keresztül segítenek körülírni azokat a horizontokat, melyek összefüggésében értelmezhetővé válik a hely egysége.

Tanulmányomban arra vállalkoztam, hogy az interaktív hipermediális technológiák etnográfiai alkalmazásával kapcsolatosan bizonyos elméletek és módszertanok alakulásának, egymásra vonatkozásának egy lehetséges olvasatát próbálom megfogalmazni. Célom az volt, hogy ezeknek az összefüggéseknek a bemutatásával rávilágítsak arra, hogy ezek a technológiák nem az etnográfiától idegen felesleges divatok, és a társadalomtudományok számára nem csupán a kutatás tárgyai, hanem annak módszerei és eszközei is lehetnek. Az olvasónak minden bizonnyal vannak hiányérzetei. Néhány kérdést hosszabban jártam körül, másokat talán túlságosan röviden, és számos ponton csak utalni tudtam arra, hogy egy-egy probléma végiggondolása milyen kérdéseket vethet még fel. A téma a felvázolton kívül több alternatív útvonalon is végiggondolható – én azonban ösvényt ígértem, s nem sugárutat.

## Hivatkozott irodalom

- Appadurai, Arjun (2001 [1996]): A lokalitás teremtése. *Regio* 12(3): 3–31.
- Appadurai, Arjun (2008 [1994]): Az áruk és az érték politikája. *Replika* (63): 61–106.
- Bateson, Gregory és Margaret Mead (1942): *Balinese Character. A Photographic Analysis*. New York: New York Academy of Sciences.
- Bausinger, Hermann (1995 [1961]): *Népi kultúra a technika korszakában*. Budapest: Osiris – Századvég.
- Berta Péter (2008): Szubjektumok alkotta tárgyak – tárgyak által konstruált szubjektumok. Interakció, kölcsönhatás, egymásra utaltság: az „új” anyagikultúra-kutatásról. *Replika* (63): 29–60.
- Budka, Philipp és Manfred Kremser (2004): CyberAnthropology – Anthropology of CyberCulture. In *Contemporary Issues in Socio-cultural Anthropology. Perspectives and Research Activities from Austria*. Stefan Khittel, Barbara Plankensteiner és Maria Six-Hohenbalken (szerk.). Vienna: Loecker, 213–226.
- Bornemann, John (2009): Fieldwork Experience, Collaboration, and Interlocution. The „Metaphysics of Presence” in Encounters with Syrian Mukhabarat. In *Being There. The Fieldwork Encounter and the Making of Truth*. John Bornemann és Abdellah Hammoudi (szerk.). Berkeley: University of California Press, 237–258.
- Briggs, Asa és Peter Burke (2004): *A média társadalomtörténete. Gutenbergről az internetig*. Budapest: Napvilág.
- Clifford, James (2002 [1997]): Térbeli gyakorlatok. *Magyar Lettre Internationale* (43). Interneten: <http://www.c3.hu/scripta/lettre/lettre49/clifford.htm> (letöltve: 2014. május 21.).
- Dicks, Bella, Bruce Mason, Amanda Coffey és Anthony Atkinson (2005): *Qualitative Research and Hypermedia. Ethnography for the Digital Age*. New York: Sage.
- Dicks, Bella, Bambo Soyinka és Amanda Coffey (2006): Multimodal Ethnography. *Qualitative Research* 6(1): 77–96.
- Domschitz Mátyás és Hamp Gábor (2006): A kommunikáció színtereiről. In *A kommunikáció mint participáció*. Horányi Özséb (szerk.). Budapest: AKTI – Typotex, 101–174.
- Escobar, Arturo, David Hess, Isabel Licha, Will Sibley, Marilyn Strathern és Judith Sutz (szerk.) (1994): Welcome to Cyberia. Notes on the Anthropology of Cyberculture [and Comments and Reply]. *Current Anthropology* 35(3): 211–231.
- Falzon, Mark-Anthony (2009): *Multi-Sited Ethnography. Theory, Praxis and Locality in Contemporary Research*. Farnham: Ashgate, 1–23.

- Feischmidt Margit (2006): Az antropológiai terepmunka módszerei. In *Kvalitatív módszerek az empirikus társadalom- és kultúrákutásban*. Feischmidt Margit (szerk.). Budapest: ELTE. Interneten: [http://mmi.elte.hu/szabadbolcseszeti/index.php?option=com\\_tanelem&id\\_tanelem=847&tip=0](http://mmi.elte.hu/szabadbolcseszeti/index.php?option=com_tanelem&id_tanelem=847&tip=0) (letöltve: 2014. június 13.).
- Geertz, Clifford (1973): Thick Description. Toward an Interpretive Theory of Culture. In *The Interpretation of Cultures. Selected Essays*. New York: Basic Books, 3–30. Interneten: [http://hypergeertz.jku.at/GeertzTexts/Thick\\_Description.htm](http://hypergeertz.jku.at/GeertzTexts/Thick_Description.htm) (letöltve: 2012. augusztus 21.).
- Geertz, Clifford (1995 [1995]): A tény után. Részletek a könyv egyik fejezetéből. *Magyar Lettre Internationale* (18). Interneten: <http://www.c3.hu/scripta/lettre/lettre18/10.htm> (letöltve: 2012. augusztus 30.).
- Geertz, Clifford (2001 [1973]): Sűrű leírás. Út a kultúra értelmező elméletéhez. In *Úó Áz értelmezés hatalma. Antropológiai írások*. Niedermüller Péter (szerk.). Budapest: Osiris, 194–226.
- Gelléri Gábor (2001): Mit keres az antropológia a cyberben – és a cyber az antropológiában? *Tabula* 4(2): 270–286.
- Gupta, Akhil és James Ferguson (1997): Discipline and Practice. „The Field” as Site, Method and Location in Anthropology. In *Anthropological Locations. Boundaries and Grounds of Field Science*. Akhil Gupta és James Ferguson (szerk.). Berkley: University of California Press, 1–45.
- Hagaman, Dianne (1994): Connecting Cultures. Balinese Character and the Computer. *The Sociological Review* 42(1): 85–102.
- Hannerz, Ulf (2003): Being There ... and There ... and There! Reflections on Multi-site ethnography. *Ethnography* 4(2): 201–216.
- Hine, Christine (2000): *Virtual Ethnography*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- Jacknis, Ira (1988): Margaret Mead and Gregory Bateson in Bali. Their Use of Photography and Film. *Cultural Anthropology* 3(2): 160–177.
- Kankkunen, Tara (2006): *Doing ‘Multimedia Ethnography’ about Gender Construction in the Context of School Art Education*. Interneten: <http://tarjakankkunen.net/ethnography/multimedia-ethnography/> (letöltve: 2014. június 12.).
- Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor (2008): Résztevő megfigyelés a saját társadalomban – korszakok szimbolikája. In *A magyar kulturális antropológia története*. Kézdi Nagy Géza (szerk.). Budapest: Nyitott Könyvműhely, 369–410.
- Kézdi Nagy Géza (2000–2001): Terepmunkamódszerek az antropológiában. *Kultúra és közösség* 4(5)–5(1): 85–90.
- Krebs, Stephanie (1975): The Film Elicitation Technique. In *Principles of Visual Anthropology*. Paul Hockings (szerk.). The Hague: Mouton, 283–301.
- Landow, George P. (1996 [1992]): Hypertextuális Derrida, posztstrukturalista Nelson? In *Hypertext + Multimedia*. Sugár János (szerk.). Budapest: Artpool. Interneten: <http://www.artpool.hu/hypermedia/landow.html> (letöltve: 2014. június 12.).
- Lassiter, Luke Eric (2005): *The Chicago Guide to Collaborative Ethnography*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lassiter, Luke Eric, Hurley Goodall, Elizabeth Campbell és Michelle Natasya Johnson (2004): *The Other Side of Middletown. Exploring Muncie’s African American Community*. Washington: AltaMira Press.
- Marcus, George E. (1986): Contemporary Problems of Ethnography in the Modern World System. In *Writing Culture*. James Clifford és George E. Marcus (szerk.). Berkeley: University of California Press, 165–193.
- Marcus, George E. (1995): Ethnography in/of the World System. The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology* (24): 95–117.
- Marcus, George E. és Michael M. J. Fischer (2003 [1996]): Az antropológia mint kultúrkritika. In *Kulturális antropológia*. A. Gergely András (szerk.). Veszprém: Veszprémi Egyetem Tanárképző Kara, 53–57. Interneten: <http://mek.oszk.hu/01600/01668> (letöltve: 2012. augusztus 21.).
- Menzies, Charles R. és Caroline F. Butler (2011): Collaborative Service Learning and Anthropology with Gitxaala Nation. *Collaborative Anthropologies* (4): 169–242.
- Mészáros Csaba (2010): Résztevő megfigyelés, befogadás és nyelvismeret. Az antropológiai terepmunka hitelességéről. *Tabula* 13(2): 173–194.
- Murthy, Dhiraj (2008): Digital Ethnography. An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology* 42(5): 837–855.
- Nagy Károly Zsolt (2005): A fotóantropológia és az antropológiai fotó lehetőségei a „digitális képi forradalom” korában. *Tabula* 8(1): 91–110.
- Nelson, Ted (1996 [1982]): Hipervilág – a szellem új otthona. In *Hypertext + Multimedia*. Sugár János (szerk.). Budapest: Artpool. Interneten: <http://www.artpool.hu/hypermedia/nelson.html> (letöltve: 2014. június 12.).
- Niedermüller Péter (2004): Ten Years After – Avagy mi történt a kultúrákutás dilemmái-val? *Anthropolis* 1(1): 8–19.

- Niedermüller Péter (2005): Az antropológia metamorfózisai: perspektívák a (késő) modern társadalomkutatásban. *Tabula* 8(1): 3–18.
- Nora, Pierre (2003 [1984]): Emlékezet és történelem között. A helyek problematikája. *Múlt és jövő* 16(4): 2–16.
- Pete Krisztián és P. Szilczl Dóra (2006): A kommunikáció intézményeiről. In *A kommunikáció mint participáció*. Horányi Özséb (szerk.). Budapest: AKTI – Typotex, 17–100.
- Porter, Noah (2004): Hypertext Ethnography and Virtual Realities. In *Computer-Mediated Anthropology*. Interneten: <http://anthropology.usf.edu/cma/CMAMethodology-vr.htm> (letöltve: 2014. június 12.).
- Rafaeli, Sheizaf (1988): Interactivity. From New Media to Communication. *Sage Annual Review of Communication Research. Advancing Communication Science* (16): 110–134.
- Ruby, Jay (1980): Franz Boas and Early Camera Study of Behavior. *Kinesics Report* 3(1): 7–16.
- Schensul, Jean J., Marlene J. Berg és Ken M. Williamson (2008): Advancing Collaboration in Community-Based Participatory Action Research. *Collaborative Anthropologies* 1(1): 102–138.
- Spatig, Linda, Shelley Gaines, Ric Macdowell, Betty Sias, Leanne Olson és Cassi Adkins (2009): Like a Mountain. Performing Collaborative Research with Youth in Rural Appalachia. *Collaborative Anthropologies* (2): 177–219.
- Steinmetz, Ralf (1997 [1993]): *Multimédia. Bevezetés és alapok*. Budapest: Springer.
- Sütheő Péter (1999): *Hypertext. Természetes intelligencia az információtudományban*. Budapest: OSZK.
- Szűts Zoltán (2001): *A hypertext*. Interneten: <http://magyar-irodalom.elte.hu/vita/tszz.html> (letöltve: 2014. június 12.).
- Tidrick, Heather (2010): „Gadzology” as Activism. What I Would Have Ethnography Do for East European Roma. *Collaborative Anthropologies* (3): 121–131.
- Underberg, Natalie M. és Elayne Zorn (2013): *Digital Ethnography. Anthropology, Narrative, and New Media*. Austin: University of Texas Press.
- Wilson, Samuel M és Leighton C. Peterson (2002): The Anthropology of Online Communities. *Annual Review of Anthropology* (31): 449–467.
- Worth, Sol és John Adair (1977): Navajo filmesek. In *Montázs*. Horányi Özséb (szerk.). Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 271–324.

Csáji László Koppány

## Csoda, pokoljárás és a digitális szakadék

Egy új vallási mozgalom legitimációs technikái  
a webes és weben kívüli diskurzusaiban

Az új vallási mozgalmak kutatásában egyre nagyobb figyelmet érdemel (és kap) az internet szerepének elemzése (pl. Apolito 2005; Howard 2011). Ehhez az immár hazánkban is kiterjedt online etnográfiai kutatási irányhoz kívánok kapcsolódni. A kibertér sajátosságai miatt időszerűvé vált a kutatási módszerek újragondolása és a virtuális térben feltárt valóságkonstrukciós folyamatoknak a valós térben végzett terepmunka tapasztalataival történő összevetése (Escobar 1994: 218–219; Gelléri 2001; Blank 2009). Az elmúlt négy évben egy új vallási mozgalom körében végzett vallásantropológiai kutatásom során egyrészt a csoport internetes megjelenését és reprezentációját, másrészt a világhálón történő egymás közti kommunikációt, továbbá a valós térben folytatott vallásgyakorlataikat, szakrális és profán összejöveteleiket, a tagok egyéni életvilágának és „vernakuláris vallásának” (Primiano 1995) alakulását követtem figyelemmel. Írásomban összevetem a csoport által az interneten, mint nyilvános térben közzétett tartalmakat a csoport személyközi és valós térben zajló beszédeseményeivel és diskurzusaival. A szóba jöhető témák közül a természetfeletti való hiteles, intenzív és hatékony kapcsolat igazolását szolgáló legitimációs technikákat és tartalmakat választottam, mivel ezek alkotják a csoportkonstrukció gerincét.

Vizsgálati módszeremnek a diskurzuselemzést választottam. A diskurzus kommunikációs aktusok, beszédesemények sokaságából álló sorozat, ami a változó tartalmak (narratívák, viszonyulások, adatok) révén folyamatosan alakítja önmagát és befolyásolja a benne részt vevők tudását. Nemcsak a jellemző tartalmak alkotják, hanem inkább „szóródások”. Mivel a résztvevők nem mind ugyanazokban a beszédeseményekben vesznek részt (írásban, szóban, de akár magatartásukkal, hallgatásukkal), más-más rögzített tartalmakat ismernek, különböző saját tudással rendelkeznek, senki sem ismerheti a diskurzus egészét. Ezért a fogalmak nem definíciószerűen rögzítettek, hanem kognitív regisztereket hoznak létre, amik a résztvevők esetében csak több-kevesebb átfedést, de nem azonosságot eredményeznek. A számomra iránymutató, recens valóságot kutató gyakorlati diskurzuselemzések azonban általában írott, a média vagy a politika országos, akár nemzetközi diskurzusaiból indulnak ki (pl. Escobar 2004), onnan haladnak (következtetnek) „lefelé” az elemzéseik során.

Néhányan azt vizsgálják, hogyan függ össze a hatalom és a diskurzus (Critical Discourse Analysis irányzat – CDA; pl. van Dijk 1985, 2008), ezzel gyakran a kortárs politikai valóság kritikáját adva. A szövegközpontú elemzések pedig inkább a megértést és szövegkonstrukciót elemzik (Text Oriented Discourse Analysis irányzat – TODA; pl. Fairclough 2001, 2003). A jelentéskonstrukciós, értelmezési folyamatok kutatása során keletkezett az azóta jól ismert értelmező közösség kifejezés is (Fish 1980). Hazánkban is előremutató kezdeményezések történtek egy-egy konkrét esemény (Papp Z. 2001) vagy egy ad hoc csoport (Sz. Kristóf 1998) jelentéskonstrukciós folyamatainak feltárására. Az általam kutatott, belátható létszámú vallási mozgalomban 4 év alatt gyűjtött adataim feldolgozása azonban olyan módszert igényel, ahol a beszédesemények, a státusok, a motivációk és értékek konstrukciós folyamatát a vizsgált közösség és környezete tagjaiból (a szereplők életvilágából és az egymásra halmozódó beszédeseményekből) kiindulva tudom elemezni. Ahhoz, hogy arra a kérdésre keressem a választ: hogyan alkotja meg önmagát diskurzusai során a közösség, nem jó kiindulópontok a nagy, társadalmi diskurzusok, bár ezek ismerete sem mellőzhető. Az egyénekre, a vernakulárisra alapuló vizsgálat érdekében ezért visszatértem a diskurzuselméletet megalapozó Michel Foucault eredeti gondolataihoz (1998 [1970], 2001 [1969]), kísérletezve ezek gyakorlati alkalmazásával. Szerinte a diskurzus és a hatalom viszonya, a diskurzus felülnézeti aspektusa, az ún. kritikai irány mellett lehetséges a diskurzus alulról történő aprólékos kutatása is, amit ő genealogikus módszernek nevez (1998: 55, 68). Ennek az „alulról” történő kutatási perspektívának azonban még nincs kidolgozott módszertana az antropológiában. Ezzel is magyarázható, hogy egyes vallásantropológusok Magyarországon is foglalkoznak a diskurzus-tartalmak heterogenitásának árnyalt bemutatásával, de a diskurzuselemzésre építő terminológia nélkül (pl. Farkas 2012; Hesz 2008).

### Dénes próféta és tanítványai

Az általam vizsgált csoport a magát „dénes Prófétaként”<sup>1</sup> meghatározó, székelyföldi születésű Péter Dénes népi próféta körül kezdett szerveződni 2008-tól. A mozgalom ma kb. 50–60 erősebben, és közel ennyi lazábban kötődő tagot (érdeklődőt) számlál.

Péter Dénes Homoródkarácsonyfalván született 1951-ben, unitárius családban. Házasságkötése után feleségével Székelyudvarhelyre költöztek, ahol asztalosként dolgozott. Közben állítása szerint a Szentlélek irányításával hosszú éveken át beavatási folyamaton ment keresztül: eleinte titkos tanításokat kapott, testen kívüli lélekutazásokat tett, majd a mennyországban 2008 januárjában megkapta a prófétai elhívását („a Mennyeiek 22. prófétájaként”). Azóta egyetlen hivatása van: prófétai küldetése. Asztalosként munkáját abbahagyta (ennek folytatását „megtiltották az égiek”), és adományokból él. A Bibliából prófétál (annak Károli Gáspár általi fordítását használja), de csak az Újszövetséget olvassa és tanítja. Gyakran hivatkozik arra, hogy az Ószövetség Krisztus eljövételével betelt, és „aki ezek után is követi az Ószövetség tanításait, annak szemére lepel borul”. Ez az üzenete azonban az interneten nem jelenik meg. Prófétaságának feladatát abban látja, hogy ha Jézus ismét eljön a földre, találjon

1 Nevét szándékosan kisbetűvel kezdi, jelezve prófétaságának elsődlegességét: „Valahogy úgy vagyok, hogy amikor azt mondom, hogy dénes Próféta vagyok, akkor a Dénes szót annyira nem is hangsúlyozom ki. De a próféta szóra, arra nagyon rámondok, hogy az illető vegye észre magát, hogy igenis, itt most egy prófétával beszél.” Ez az émikus írásmód szerepel e-mailes levelezésében és névjegykártyáján is.

igazi hitben élő, a Szentlélekkel betöltekezett („*Szentlelket kapott*”) embereket. Tanításának három alappillére: 1. Krisztus tanítását a Károli Gáspár-féle bibliafordítás tartalmazza leg-hitelesebben, 2. Krisztus tanítását teljességgel kell elfogadni, és 3. a hit cselekedetek nélkül halott. Ezek az üzenetek az első beszélgetések alkalmával még csak „óvatosan” polarizálják a hallgatóságot: szelekciót indukálnak a közeledés, az érdeklődés szintjén, de nem tartalmaznak mellbevágó újdonságokat. Az érdeklődik tovább (az kezd ismerkedni a csoporton belüli diskurzustérrel), akinek vernakuláris vallása hiányérzettel küszködik: szüksége van az egyházakban általa megtapasztaltnál (vagy vélténél) bensőségebb élményre, és el tud képzelni közvetlen isteni irányítást.

A prófétálást először Erdélyben kezdte meg, majd Magyarországon és Szerbiában folytatta. Ismeretsegeket kötött – a csoport ezek során kezdett formálódni, így vált egymást csak nagyon kis részben ismerő személyeknek a próféta személye körül csoportosuló halmazává. A próféta Kárpát-medencei kapcsolatteremtései révén 2009-re lassacskán hálózati közösség alakult, amelynek tagjai kezdték megismerni egymást. Később, a 2010-ben közös látomás-ként megélt „temerini csoda” (részletesen lásd később) óta a Délvidékhez kötődő lokális szálak erősödtek meg, és a tagság nagy része ma innen kerül ki. A lokalitás szervezőlve került előtérbe, és a személyes találkozók, közös imádkozás és más találkozók révén a vajdasági régió személyközi kommunikációja intenzívebbé vált, míg a magyarországi (és romániai) hálózati hub-ok egy része „letöredezett”, a lokális kapcsolatban kevésbé intenzíven részt vevők száma megfogyatkozott (Csáji 2014). A csodára emlékezve tartott temerini ima-összejövetelek mellett a közös zárandoklatok<sup>2</sup> jelentik a nagyobb csoport-összejöveteleket.

A korábbi, főleg az interneten és telefonon zajló személyközi kommunikáció a személyes találkozások közötti időben megtartotta jelentőségét, ám emellett a tagok által szerkesztett két állandó internetes blog is beindult, a közösség kilépett a világháló nyilvánossága elé (főleg két blogon és a YouTube-on).

Tanításaiban „dénés Próféta” keresztyén ökumenikus tanokat hirdet, de pluralista, a nem keresztyén vallásokkal szemben sem elutasító, kapcsolatot ápol például buddhistákkal, de járt a Krisna-völgyben is. A vallásokat és egyházakat azonban előszeretettel rangsorolja<sup>3</sup>, és a keresztyén papsággal („*papi emberekkel*”) szemben sommás és lesújtó kritikákat fogalmaz meg (Csáji 2013). A mozgalom üzenete komoly párhuzamot mutat az ún. pünkösdi ébredési mozgalmakkal. A tagok zömmel katolikusok, kisebb részt reformátusok. A „*Szentlélek megkapása*” elképzeléseik szerint különleges karizmák hordozójává teszi a tagokat, ez a csoport központi értéke és a tagok célja. A próféta és a „*Szentlelket megkapók*” saját szerepkörüket Krisztus tanításainak hirdetésében (a *prófétálásban*), a hit „*személyes*”, Szentlélek segítségével való megélésében (az életvezetés során akaratának való engedelmeskedésben), az ima általi gyógyításban, a természet- és környezettudatos gazdálkodás tiszteletében, kisebb részt jóvondulásban (ezt „*prófécia*” szóval nevezik) jelölik meg általában, de áldást is osztanak.

2 2008 óta zárandokol Csíksomlyóra pünkösdkor, amelyet 2009 óta már közösségi alkalomnak tekint. 2011-ben Medjugorjében járt a csoport.

3 A próféta szerint van „egy képzeletbeli vonal”, minőségi szint. Ez alatt és fölött helyezi el a „*felekezeteket*” magasabban vagy alacsonyabban, és például a katolikus és a református egyház kicsit a vonal fölött van, a pünkösdi ébredési mozgalmak jóval felette, míg például Jehova tanúi vagy például Krisna magyarországi követői véleménye szerint alatta – álláspontját a Szentlélek irányításaként interpretálja. A Jehovai tanúi egyházat éppen a „végidővárásuk” miatt tekinti hiteltelennek a próféta, elhatárolódva az apokaliptikus mozgalmaktól (vö. Howard 2011: 10).

A próféta időről időre meglátogatja híveit otthonukban, eltölt velük pár napot. Ilyenkor a közelben élő tagok, más érdeklődők, gyógyulni válók vagy egyszerűen kíváncsiskodók is felkeresik. A kisebb-nagyobb közösségi alkalmakkor a próféta vezeti az imát, a Bibliából rövid részt olvas fel, és saját szavaival, illetve a Miatyánk elmondásával imádkozik 4–5 percen keresztül. Amikor a tanítványainak prófétál, nemritkán egy-másfél óráig tart a beszéde, kívülállók felé jóval rövidebben fogalmaz. Imák után vagy a zárandoklat alatt életvezetési tanácsokat ad, és a jelenlévőknek is gyakran átadja a szót, hogy osszák meg gondolataikat a többiekkel, ezzel is megerősítve a személyes élményközösséget, ami egyben legitimációs eszköz is. Ezeket a nyilatkozatokat aztán gyakran kommentálja.

A közösségben széles spektrumú kutatómunkát folytattam, aminek során a résztvevő megfigyelés túlsúlya mellett interjúkat készítettem, a tagokat és más szereplőket – szomszédokat, falubelieket – is próbáltam minél jobban megismerni (természetesen ez személyenként más-más mélységben sikerült), és ha szükséges volt, a fotóalbumoktól a naplókig, a belső levelezések és honlapok figyelemmel kísérésétől a csoportok belső dokumentációjáig (pl. emlékkönyv) kiterjesztettem a vizsgáldást.

### Legitimáció az interneten

A csoport interneten történő külső, a külvilág felé a virtuális térben való reprezentációját el kell választanunk a csoport belső, személyközi kapcsolatainak internetes terétől. A két kommunikációs tér elkülönül. Az egymás közötti e-mailezés, a Facebookon vagy Skype-on történő kapcsolattartás a tagok és a próféta közötti földrajzi távolság miatt nagyon fontos, és a legközvetlenebb tanítványokkal a próféta néhány naponta tartja a kapcsolatot, a lazábban kötődő személyekkel heti-havi rendszerességgel. A kommunikáció egy-egy nagyobb esemény kapcsán élénkül meg (például a csíksomlyói pünkösdi zárandoklat vagy a temerini csoda évfordulója), amelyekre Bonyhádtól Temerinig, Törteltől Bácskossuthfalváig, Budapesttől Szegedig és más szerbiai, magyarországi és romániai<sup>4</sup> településekről is érkeznek tagok, érdeklődők.

El kell választani az internet adta gyors kommunikációs lehetőségektől a tulajdonképeni virtuális térben történő aktivitást, mivel az előzőt inkább egyfajta új kommunikációs technikának tarthatjuk, ami felváltotta a postai levelezést, és a telefonos egyeztetéseket egyre nagyobb súllyal egészíti ki. A virtuális térben a reprezentációnak van irányíthatóbb, és nehezebben irányítható típusa is. A tagok által szerkesztett blogok,<sup>5</sup> a videoüzenetek, hangalámondások vagy más diavetítések, mint a videomegosztókra feltöltött tartalmak az irányíthatóbb tartalmakat jelentik. A nehezebben irányítható reprezentációk a rádióknak, televízióknak és az írott sajtónak adott interjúk szövege, tartalma, amelyeket a médiaszolgáltatók vagy az újságok kiadói töltenek fel az internetes felületekre, és az ő elképzeléseiken átszűrve jelennek meg. Ezek száma az utóbbi években csökkent, amit a próféta azzal magyaráz, hogy nyilatkozatait és a tényeket gyakran megváltoztatták.

<sup>4</sup> Ez a résztvevők létszáma alapján fontossági sorrend is.

<sup>5</sup> <http://mkh.valosag.net/index.php/temakoeroek/igazsag-kutatasa/peter-denes-profeta?start=10> (letöltve: 2014. június 4.). Emellett 2011 közepétől: <http://temerincisoda.blogspot.com> (azóta eltávolítva, letöltve: 2011. október 5.), majd 2013-tól az új blog: <http://denesprofeta22.blogspot.hu/p/denes-profeta.html> (letöltve: 2014. június 4.).

A két megnyilatkozási típus nem azonos súllyal vesz részt a közösség reprezentációjában: az interneten a prófétáról tudomásom szerint csak három újságcikk szól, és négy komolyabb televíziós szereplés található meg. A Duna Televízió külön, portréfilm jelleggel foglalkozott vele 2008-ban (2008. 07. 12-i adás), majd három évvel később egy magazinműsor egyik blokkjában; a Zenit TV két hosszabb stúdióinterjút is készített vele. Az előbbieket a NAVA-pontok segítségével, az utóbbiak korlátozás nélküli médiatartalomként szabadon hozzáférhetők a weben.<sup>6</sup> A csoport részéről riportot mindig a próféta ad, míg a blogokat és a YouTube-ra feltöltött filmeket, diavetítéssel kísért hanganyagokat a tanítványok szerkesztik. Fontos azonban kiemelni, hogy a jelenleg működő blog szerkesztési feladatát mindössze két tanítvány végzi, természetesen a próféta kontrolljával – emiatt az ő látásmódjuk érvényesül a honlapon. Ettől lényegesen eltérő a Facebookos kommunikáció, ahol a kívülállók, de főleg a csoport tagjai mindennapi gondolataikat, üzeneteiket, felhívásaikat közlik, a vitának nagyon csekély teret adva; napi élményeiket közlik, szervezési kérdéseket intéznek, a próféta pedig sokszor zarándoklatai számadatait (hány nap, kilométer stb.) ismerteti, beszámolva prófétai tevékenységéről, egyúttal hitelesítve azt.

Írásomban a próféta és tanítványai által előadott tanítások tartalmát, azok teológiai helyességét vagy helytelenségét nem vizsgálom, csupán az üzenetek mögött álló legitimációs eszközöket. A csoda központi helyet foglal el dénes Próféta csoportjának webes reprezentációjában; fontosak még a hit által elért különleges teljesítmények (tűzön járás, fémtárgyak testhez „tapasztása” stb.) és a különböző bibliai idézetek, továbbá más, racionális érvek, életrajzi adatok (előjelek, lélekutazások) is. A legitimáció komplex stratégia – a weben nem az üzenetjelleg, hanem a legitimációs technikák kerültek domináns pozícióba az elmúlt években. Paolo Apolito az internetfelhasználóknak a természetfelettil és a csodával kapcsolatos viszonyulásváltozásairól szólva ismerteti, hogy a mi korunkban véghezvitt „isteni” csodákkal kapcsolatos attitűd az USA-ban 1987-től 1997-ig megfordult, és utóbb már a többség elfogadta és tényként kezelte ezek előfordulását, hitt a csodákban (2005: 6). Dénes Próféta közösségének legitimációs magját is ez alkotja. Azonban az Apolito által említett látomásjelleg elenyésző szerepet kap, holott a csoporton belül ennek van nagyobb jelentősége.

Ha a csoport egyetlen, ma is működő blogját vesszük figyelembe,<sup>7</sup> akkor legfontosabb helyen „a csoda” szerepel, ami jelen esetben egy Temerinben történt esethez köthető. A vajdasági Temerinben 2010. november 15-én a próféta tanítványainak (egy virágárus házaspár) otthonában összegyűlt kis helyi imaközösség körében imádkozott a próféta, és a kb. tíz percgig tartó beszéde alatt a feje fölött a plafonon egy kiterjesztett szárnyú galambra emlékeztető

6 Magyar és román televíziók a pünkösdi zarándoklatok alkalmával a Tolvajos-hágó csűrjeinél készítettek a zarándokkal, így a prófétával is néhány mondatos riportot, de ezek az interneten nem jelennek meg.

7 Volt egy másik blog (<http://tanitvany.blogspot.com>, utolsó letöltés 2011. október 12.) is, amit egy magyarországi, Mendén élő tanítvány hölgy szerkesztett. Ennek a blognak a felépítése teljesen más volt: rövid, majdnem egyéves fennállása alatt inkább a szerkesztő saját és a prófétával kapcsolatos élményeinek leírása töltötte ki. Túláradó, expresszív (néha érzélgősnek tűnő) stílusban írt, és a szöveget kevés, a saját környezetében készült természetfotóval illusztrálta. Nála az előbbi gondolat erőteljes hangsúlyt kapott, külön fejezetet szentelt az „Isten prófétát küldött kö-zénk” gondolatnak – blogján egyfajta racionális-intellektuális magyarázat dominált. Nem szerepelt nála a temerini csoda különös hangszínyével, sem a zarándoklatok. A blog történetének végén a tűzön járással és a fémtárgyakat testhez tapasztó prófétai „legitimáció” ellen emelt szót. Legitimációs értéket tulajdonított azonban a gyógyításnak, míg a mostani, vajdaságiak (két férfi) által szerkesztett blog inkább a parázson járást, a Szentlélek által írt énekeket és a temerini csodát tartja központi jelentőségűnek. Nem tartozik témámhoz, hogy kilépése további körülményeit elemezzem; tény, hogy a blog 2011 őszén megszűnt.



fényjelenség tűnt fel, ami keresztte alakult át (sőt!, mintha két kereszt is lett volna egymáson). Az eseményt egy férfi és hét nő látta. A próféta nem érzékelte, csak a körülötte imádkozók (egy kivétellel, aki behunyt szemmel imádkozott). A csoda helyét a plafonra erősített fakereszttel megjelölték (alakja, mérete a szemtanúk beszámolója alapján készült). E kis fakereszttel a felerősítésekor szintén különleges fényjelenség történt: a szivárvány színeiben kezdett tündökölni, amit a szemfüles házigazdák videóra is vettek. Ezt a közösség tagjai a csoda megerősítéseként értelmezték. A házon két zászló hirdeti a csoda bekövetkeztét annak első évfordulója óta. A kívülálló temeriniek közül sokan „a zászlós ház” vagy a „csodás ház” néven emlegetik a helyszínt.<sup>8</sup> A csoda hírért a tanítványok rögtön elkezdték terjeszteni, és maga a próféta is minden alkalmat megragad, hogy hivatkozzon rá, elmondja a szemtanúk számát, a csoda mibenlétét. A beszámolókról videofelvételt tölthettek fel a YouTube-ra is.<sup>9</sup> Ez a csoda volt az, ami a közösség szerveződése szempontjából is fordulópontot hozott (legitimációs alap lett). Ugyanakkor a lokális szerveződést is Temerinhez „horgonyozta”, ami az addigi Szeged–Szabadka–Topolya tengelyhez képest félreeső helyet jelentett a csoport életében, a vajdasági tagok legdélebbi részét. Legitimáló ereje mellett feszültséget is keltett: a csoda „házigazdájának” és a máshol lakó tanítványoknak belső cezúráját hozta létre, ami a 2014-es szakadáshoz vezetett, a „temeriniek” mintegy egy tucat tagja a közösségből kivált. Ez a szétválási folyamat azonban a webes információk tanulmányozásával nem érhető tetten.

A csoda óta két-három hetente tartott és nagyobb szabású, évenkénti megemlékezések történnek. Temerin az imádkozó összefügetek központjává vált, mintegy a csoport „fővárosává”. Ezt a jelenlegi blog is tükrözi: gyakorlatilag ugyanazokat a tartalmakat jeleníti meg. Ha a főbb menüpontokat vesszük sorra (*Főoldal / Évforduló / dénes... Próféta / Zarándokutak / Tűzön járás / Jegyzetek – versek / Videók / Kapcsolat*), akkor a főoldal után azonnal a temerini csoda évfordulóinak ünnepe jelenik meg a honlapon (az évforduló menüpont csak ezzel foglalkozik), és a főoldal nyitóképe is a csodának otthont adó családi ház. A 2010. november 15. után a prófétával készült riportokban is központi helyet kap a temerini csoda. Az internet tanulmányozásakor nem is sejtjük, milyen belső feszültségeket kelt ez a csoportban és a tagok csoporton kívüli környezetében, és milyen eltérő értelmezések keletkeznek kisebb, zömmel lokális terekben (ld. a következő fejezetet).

A csoda másik jelentéstartománya azonban az, amikor a próféta interpretációja szerint a Szentlélek közreműködésével csodás dolgokat tud tenni ő, de akár tanítványai is. Fontos legitimációs eszközök az internetes kommunikáció során a hit által elért különleges teljesítmények.<sup>10</sup> Ezek a blogon a 4. és 5. menüpont alatt érhetők el. Nagy mennyiségű kép szól a

8 A temerini hívek beszámolnak arról, hogy a próféta által javasolt fehér öltözék és más külsőségek (kendő, fejpánt) miatt „szektásoknak” is mondják őket a faluban, ami bántó a próféta feltűnése előtt már létezett temerini imaközösség számára, és a csoportban belső feszültséget kelt. Ennek azonban a weben nyoma sincs.

9 Például: temerini csoda 1. rész <http://www.youtube.com/watch?v=JFp5kdvXyQ>, temerini csoda 2. rész <http://www.youtube.com/watch?v=ZOLpv7Km1tk&feature=related>, temerini csoda 3. rész <http://www.youtube.com/watch?v=mLh7BmcjHHQ&feature=related> (letöltve: 2011. július 11.).

10 Néhány tanítvány már a prófétával való megismerkedés előtt is gyógyított imával-érintéssel, de a próféta segítségével „megkapott” Szentlélek, mint egyedi, mindenki számára személyes lelki vezető által nyújtott karizmák között első helyen szerepel a gyógyítás képessége. Ez azonban a weben alig jelenik meg. A vajdasági tanítványok közül hatot ismertem meg, akik kisebb-nagyobb egészségügyi vagy mentális problémákat kezelnek a Szentlélek segítségével. Ezek a gyógyítási aktusok megjelennek a blog fotódokumentációi között is, de elenyésző számban, és szöveges megjelenésük is csekély. A gyógyítás mikéntjéről, a gyógyulási folyamatról semmit sem tudunk meg, az élménybeszámoló, gyógyulási eredmények nem jelennek meg, holott a valós térben ezek jelentősége óriási. A csoport részben éppen a gyógyultakból és gyógyulni vágyókból áll.

tűzön (pontosabban: parázon) járásról (a helyszín és időpont megjelölésével, kísérőszöveg nélkül). A honlapnak tekinthető blogra feltöltött képek mintegy harmada kifejezetten a tűzön járást mint aktust mutatja be, ahogy tanítványok a nagy nyilvánosság előtt „*tanúságot téve hitük erejéről*” meztelen talppal végigsétálnak az éjszakában lapáttal széjjelterített parázsló úton. A fényképek mintegy negyede a parázon járás előtti és azt követő prófétálásról és beszélgetésekről szól, tehát a képek több mint fele a tűzön járáshoz kapcsolódik. Ezeket az alkalmakat a próféta prédikálóútjai alkalmával az őt befogadó személy (a házigazda) szervezi a környékbeliek, érdeklődők számára. Az alkalom alkonyatkor, a tűz meggyújtásával, rövid imával és a próféta tanításaival kezdődik, ezt követi a tűzön járás, ami kimondottan legitimációs aktus („*most pedig bemutatjuk, hogy a Szentlélek és a mennyiek segédelmével...*”). A közönség részéről azok a vállalkozó kedvűek, akik fogékonyan mutatkoztak dénes Próféta helyszínen elmondott tanításaira, megkísérelhetik ugyanezt, de a próféta figyelmeztet, hogy „*aki nincs felkészülve*”, az bizony súlyos égési sérüléseket szenvedhet el:<sup>11</sup> „*Egyszer volt egy alkalom, amikor valaki nagy elánnal jött, hogy ő végigmegy. Na, végig es ment, de hogy aztán milyen lett a lába utána, azt csak én láttam... Persze nagy fordulóponthoz volt ez neki és az életibe, mert hát ugye át kellett gondolkodnia, mit miért csinált*” – meséli egy YouTube-on közzétett beszámolójában.

A gyógyításon és a parázon járáson kívül a próféta 2011-től 2013-ig gyakorolta azt a „*bizonyosságátételt*” is, amikor a kézfejére, karjára pénzt vagy más fémtárgyat helyezett, és azokat mintegy magához vonzotta. Ennek megvalósulása kevésbé volt látványos, mint amit a televízióban már sokszor láthattunk, nem „*mágnesként*” tapasztotta magához a tárgyakat, hanem a kézfejével körözve, annak síkját egyre jobban függőleges felé elmozdítva inkább egyfajta mutatványnak tűnt mindez. A tanítványokat és érdeklődőket ez erősen megosztotta. Még az egyik legközvetlenebb tanítvány (a 2011-ben kilépett hölgy) is úgy vélekedett, hogy „*ez már nem a Szentlélektől való*” cselekedet, szerinte inkább a cirkuszi produkcióhoz áll közelebb, és távol maradt az ilyen alkalmakkor; még akkor is, amikor a hozzá egyik legközelebb eső településen, Újszilváson szerepelt a próféta a csoporttal. Szóvá is tették, hogy még sok száz kilométerről, Topolyáról és Bácskossuthfalváról is érkeztek tanítványok, de a közelben lakó nem jött el. A honlapon ilyen vitának, feszültségnek nyoma sincs. A helyzet időközben változott: most már a próféta sem hivatkozik nyilatkozataiban erre a legitimációs eszközre, de a tűzön járáások alkalmával készült fényképek még őrzik ennek emlékét.<sup>12</sup> A webes tartalmak rögzítettségük folytán azonban e változást nem követték.

Fontos legitimációs eszközök azok a bibliai idézetek, amelyekre már a honlap főoldalán hivatkoznak, és a próféta a személyes találkozókra is szinte mindig felolvassa ezeket a szövegeket. Két idézettel már a blog főoldalán találkozunk, a következőképpen: 1Kor.14:37: „*Ha valaki azt hiszi, hogy ő próféta vagy lelki ajándék részese, vegye eszébe, hogy amiket néktek*

11 Terepmunkám alatt nem tapasztaltam senkin égési sérüléseket, bár az egyik – azóta a csoportból kilépett – tanítvány és férje beszámolt róla, hogy egy balatoni nyaralás alkalmával a szálloda udvarán is szerveztek tűzön járást a próféta nélkül, és komoly sérüléseik lettek – ezt azzal magyarázták, hogy keményfából készült faszénből készítették a parazsat, ami így túl forró volt.

12 A temerini csodáról és a prófétáról szóló blogon továbbra is külön rész foglalkozik a korábbi tűzön (parázon) járással, sok fotóval illusztrálva. Ezek némelyikén a fémtárgytapasztás is feltűnik, de szöveges kommentár nélkül. A csoporton belüli ellenvéleményeken kívül az is közrejátszhatott ennek a gyakorlatnak a megszüntetésében, hogy amikor a próféta egyik cikkemet elolvasta (Csáji 2013), akkor elgondolkozhatott azon, hogy a parázon járás és a fémtárgytapasztás praxisának milyen hatása lehet a kívülállókra. 2013 pünkösdje után a próféta kijelentette, hogy ilyen a továbbiakban nem lesz, mert „*a mennyiek ezt megszüntették*”.

írók, az Úr rendeletei azok.” 2Pét.1:21: „Mert sohasem ember akaratából származott a próféta szó; hanem a Szent Lélektől indítva szövegeket az Istennek szent emberei.” Szerinte a Bibliában sehol sem szerepel, hogy Jézus földi létével a próféta történelmileg befejeződött volna, sőt éppen az ellenkezője igaz, ezért tanításai és a vele készült interjúk során gyakran kitér azokra az általa fontosnak ítélt bibliai idézetekre, amelyek szerinte a próféta megjelenését alátámasztják. E legitimációs technikához tartozik, hogy a Bibliát (és csak azt) a próféta „tenyerével olvassa”, a szöveg fölé helyezi a tenyerét lefelé fordítva, és a szöveg „kisugárzását” behunytt szemmel követi.<sup>13</sup>

Vannak racionális, a tanítványok és kívüllálók elméjére hatni kívánó legitimációs eszközök is. Egyik tanítványa fogalmazta meg azt a gondolatot, amit dénes Prófeta sokszor idéz: „ha az Isten prófétát küldött közénk, akkor el kellene gondolkodnunk azon, hogy valamit nem jól csinálunk”. Tehát a „bűnös világ” tapasztalatával indokolja próféta-létét, küldetését. A honlapon ez a legitimációs állítás csak egy a próféta általi videoüzeneten jelenik meg („Videók” menüpont alatt). A weben közzétett tanításaiban a próféta gyakran érvel a gazdasági és erkölcsi válságból is kiegészítő hit és az önálló parasztgazdaságok jelentőségével, mint a környezettudatos és munkanélküliség esetén is folytatható megélhetési formával.

Indirekt legitimációs eszköznek kell tekintenünk a fényképeken részt vevő érdeklődők (a hallgatóság) nagy számát és a tömeg viselkedését. Egyes interneten szereplő próféták, mint a „médiastárrá” vált Profeta David Duarte, hatalmas stadionokat töltenek meg híveikkel és a kíváncsiskodókkal.<sup>14</sup> Maga a tömeg az, ami itt legitimációs eszközzé lép elő. Találunk némi hasonlóságot a „temerini” blogra feltöltött egyes fényképek hangulata és e tömeges részvétel legitimációja között: a tűzön járással alkalmával és az azt megelőző, illetve követő prófétálás során készült képeknél az éjszakai misztikus, füstös, tábortűz és parázs mellett zajló összefüggés esetében a néhány tucat fős közönség jelenléte is legitimáló erő sugároz (vö. pl. Sárpilis 2011. szeptember 3. és Szabadka 2011. augusztus 28.).

Az etnicitás (a próféta vagy a tagok magyarsága) nem jelentős legitimációs technika a próféta csoportjában a weben.<sup>15</sup> Nyilvános szereplései alkalmával a próféta tudatosan tartózkodik bármely etnikai csoport negatív vagy pejoratív említésétől, bár magyarságát pozitív értéknek kezeli. Úgy hivatkozik a magyarságra, hogy üzeneteit elsősorban a „helytelenül élő” magyarok<sup>16</sup> számára fogalmazza meg, de tudatosan mentes próbál maradni az etnocentrizmustól. A próféta Boldogfalván élő bátyja ezt a gondolatot úgy fogalmazta meg, hogy „Isten embőrt teremtött. Nem nemzötöt teremtött az Isten.” – ez a gondolat a próféta részéről abban ölt testet, hogy az internetre kerülő tartalmakon tartózkodni próbál a kirekesztő megállapításoktól – a blogokat szerkesztők ezzel teljesen egyetértenek.<sup>17</sup> A Bakó Rozália és Hubbes László által megfogalmazott etnicitással történő telítődés (vö. Bakó és Hubbes 2010) a csoport nyilvános, internetes kommunikációjából hiányzik, nem élnek az etnicitás

13 Egy tévés interjúban a Zenit TV-nek is beszámolt erről a képességről, ami az internetes reprezentációkban is feltöltött tartalomként jelenik meg. Szóról szóra történő felolvasást nem tapasztaltam terepmunkám során tőle, de egy-két tanítvány beszámolt arról, hogy ők tanúsítják, hiszen saját szemükkel látták, hogy nekik olvasott fel így.

14 Lásd <http://www.youtube.com/watch?v=qvPOG5IBcUg&feature=related> (letöltve: 2011. október 12.).

15 Jó példa erre a <http://videa.hu/videoek/nagyvilag/peter-denes-profeta-temerini-csoda-biblia-hit-isten-re8dssSqPB3Srpx> videomegosztón szereplő interjú a prófétával, ahol a videót készítő beszél ugyan „Nagy-Magyarországról” és az „ősök földjéről”, de az etnicitás jelentősége a próféta részéről háttérben marad.

16 Ezen a magukat magyar identitásúnak valló, magyar anyanyelvűeket érti.

17 Az már más kérdés, hogy a csoporton belüli beszédesemények alkalmával ki és milyen céllal mond „etnikus vicceket” és azon ki miért nevet vagy hallgat el.

legitimáló erejével – legalábbis annak érzélgős, etnocentrikus formájában. Ettől még a próféta gyakran fogalmazza meg üzeneteit a „magyarok” felé, például azzal kapcsolatban, hogy mit „tanulhatnának a romáktól”; a közöttük történő prófétálásra külön felhívást kapott a Szentlélektől.<sup>18</sup> Stílusa, retorikája alapján az interneten szereplő üzeneteiben az egyszerűsége és a kevésbé iskolázott emberek általi érthetőségre törekszik. Beszámol az internetes tartalmakon arról is, hogy amikor „faluszéli” kis roma telepeket látogat meg egyedül, vagy ritkábban a tanítványaival, és ott prédikál, áldást oszt vagy gyógyít; ők sokkal fogékonyabbak tanításaira, mint az általa sokszor sommásan elítélő véleménnyel egy kalap alá vett „papok, tanítók, orvosok, a tanult emberek”. Erre a vele készített interjúk során is gyakran hivatkozik, és a honlapon sok fényképen kifejezetten ezt a pozitív fogadtatást láthatjuk a *zarándoklatok* vagy a *tűzön járás* menüpont alatt.<sup>19</sup>

Jelentős az életrajzi adatok és saját élmények (szakrális tartalommal rendelkező élmény-narratívák) legitimációs szerepe is. Ennek jelentősége a weben lényegesen alulmúlja a csoda vagy akár a tűzön járás szerepét, azonban fontos megemlítenünk azokat az életrajzi adatokat, azokat a naplórészletszerű narratívákat, amelyeket a próféta és tanítványai megosztanak a virtuális térben. Ennek elemzésekor először az tűnik fel, hogy a próféta személyéről néhány modulszerű, gyakran ismétlődő adat hangzik el (vagy olvasható) az interneten. Ezek között van a 16. gyermekként születés, a gyermekkortól látott kíséző felhő, amely aztán belé költözött, és kiderült, hogy a Szentlélek segítőszellem-szerű, egyéni megjelenése, aki később tanította is őt. Megjelenik néhány élmény is, így például a Szentlélek által sugalmazott főbb tanítások, amelyeket már említettem. A jelenlegi blogon a következőképpen mutatkozik be: „1951. június 8-án születtem, Romániában, Hargita megyében, Homoródkarácsonyfalván. Tizenhatodik gyermekként érkeztem e földi világba. Kisgyermek koromtól kezdve Mennyei kapcsolatomban van a Szent Lélek által. Így a Szent Lélek tanításaiban részesültem egész életem folyamán (Ján.ev.14/26)., tanításaiban FELEKEZETI megnevezés sohasem volt,<sup>20</sup> arról szóltak, hogy Jézus tiszta hitét erősítsem meg e földi világban. A »PRÓFÉTA« megnevezést a Szent Lélektől kaptam 57 éves koromban-2008. jan. 6-án. Főleg a Szent Biblia körül sok a félreértés. Ittlétem alatt ez fontos téma lesz. Atyánk legfőbb Szent üzenete... »SENKI NE KRITIZÁLJA AZ ÉN MUNKÁMAT!« 1. Szent Biblia Károli Gáspár fordítása. 2. Jézus tanítását teljességgel elfogadni. 3. A HIT cselekedetek nélkül halott. A Temerini csoda-csodák megerősítik prófétai küldetésem hitelességét. A Szent Lélek örök jelenléte életemben erőt ad munkám elvégzéséhez. Mennyei DICSSŐSÉG 22 tanítványa. dénes...Próféta Székelyudvarhely, 2008. január 6.”<sup>21</sup> Olyan különleges teljesítmények, mint a sok ezer kilométeres zarándokutak, szintén megjelennek a honlap legitimációs eszközei között. A próféta Erdélyben és a Kárpát-medence más térségeiben immár 25-ik zarándokútján van túl. Ez a honlapon fényképekkel illusztrált bi-

18 Ezt a weben is hallhatjuk pl. <http://indavideo.hu/video/aa> (letöltve: 2014. május 27.).

19 A weben látható, erre utaló fényképek ellenére a valós térben roma tanítványt a magam részéről nem ismerem.

20 A valós térben azonban éppen ellenkezőleg, egyes egyházakat, vallási irányzatokat kifejezetten rangsorol, ahogyan azt a 2. lábjegyzetben is kifejtettem. Sokat beszél a „papokról” is, akiket általában és sommásan elítél, bár a 2011–2012-es évektől néhány kivételt is említ, néhány olyan papot, akik elfogadják, támogatják őt. Szerinte például „ha egy papnak szemüvege van, annak, kérdem én, vajon milyen kapcsolata van a Szentlélekkel? Mert ha igazán Szentlélekkel be lenne telve, akkor miért nem kéri a Szentlelket, hogy gyógyítsa meg a szemét?”. Szerinte tehát az ilyen papok hiteltelenek. Ezek a gondolatai az interneten nem jelennek meg.

21 A helyesírási hibákat és a szóközök hiányát sem javítottam. A bloggerek átfogalmazása tűnik ki a „tanításokban” egyes szám harmadik személyű megfogalmazásából, de ezek az életrajzi adatok a közösség tagjai számára kézenfekvő alapismeretek.

zonyságtétel a teljesítményeiről. A csoport tagjai közösen is zárandokolnak (pl. csíksomlyói pünkösdi gyalogos zárandoklatok).

Legitimációs eszközként említhetjük a „Szentlélektől” ihletett énekeket („Ezeket az énekeket nem én írtam, a szó földi értelmében. Jön föntről minden szó, és én csak leírom...”), a próféta által lejegyzett vallásos énekeket kell megemlítenünk. Ezek legitimációs ereje nem művészi kvalitásukban van, hanem abban, hogy „vers a Szentlélektől”, „ének a Szentlélektől” vagy más hasonló értelmű megfogalmazással azok szerzőségét nem vindikálja magának. Ezáltal azok szakrális tartalmát és jelentőségét komoly legitimációs erővel ruházza fel. Ezek közül többet a blogon a „Jegyzetek – versek” menüpont alatt olvashatunk.

A legkevésbé érezhető legitimációs hivatkozás a Szűz Máriához kapcsolódó élmények említése. Máriával kapcsolatos mennyei élményeiről nem számol be részletesen a próféta – bár elmondja, hogy találkozott vele is. Nem tulajdonít központi jelentőséget a Mária-jelenésnek, pedig találkozott Szőkefalván Marián Rózsikával, ismeri fogadtatásának volumenét. Imáit gyakran azzal a záróformulával fejezi be a keresztet vetés után az internetes videókon is, de a valós térben mondott áldás után is, hogy „...és a Szűzanya örök szeretetében, ámen!” Az 1980-as és 1990-es évekre a Mária-jelenések száma a sokszorosára nőtt világszerte (a 60-as éveket alapul véve mintegy négyszeresére). Átlagosan évente akár tucatnyi újabb Mária-jelenésről számolnak be (Apolito 2005: 27). A Kárpát-medencében Szőkefalva tűnik ki ezek közül (a legitimációs stratégiákkal kapcsolatban vö. Peti 2010). Mária alakja azonban dénes Próféta esetében – talán unitárius neveltetése hatására is – nem központi jelentőségű.

Az internen történő vallási reprezentáció ugrásszerű növekedését sokan vizsgálták már az elmúlt két évtizedben: a file-megosztás és weboldalak, blogok vallási szerepével kapcsolatban Paolo Apolito új típusú, szakrális kommunikációs forradalomról beszél,<sup>22</sup> ahol a valós és a webes közösségek jellegzetességei keveredhetnek, és hatványozódik (hatványozódhat) a gondolatok terjedési sebessége, illetve a résztvevők száma. Ez a nagyarányú nézettség a próféta és csoportjának webes megjelenéseiben nem tapasztalható, úgy tűnik számomra, hogy a valós térben sokkal több emberhez jutnak el tanításai.<sup>23</sup> Apolito azt is elemzi, hogy a vallási élmények és üzenetek archaikusnak tűnő világot idéznek fel, de a „katolikus posztmodernizmus” csúcstechnológiájával keveredve; a „neobarokk” és a posztmodern „eklektizmus” kifejezéseket használja e sajátos, ambivalens jelenségre (2005: 3). Ez a kettősség dénes Próféta esetében is megfigyelhető. Apolito szerint a média és az internet szakralizációjára irányuló törekvések a katolikus karizmatikus mozgalomból indultak ki (2005: 4).<sup>24</sup> A látomások nagyközönséghez közvetítésében szintén komoly hatása van az internetnek (Howard 2011). Ezért is különös, hogy magukról a lélekutazásokról és a testen kívüli élményeiről dénes Próféta viszonylag szűkösen számol be az internetes reprezentációban. Ennek oka lehet egyrészt

---

22 „[A] vast number of Web sites, Web pages, links, Web rings, electronic mailing lists, newsgroups, and chat lines has offered a staggering volume of first-person accounts, documents, testimonials, messages, miraculous photographs, videos, conversations, and debates on the subject of the Catholic visionary movements” (Apolito 2005: 2). A próféta csoportja ezzel ellentétben a weben főleg nem a látomásokra és üzenetekre alapoz, talán a helyi viszonyokat (a megcélzott rétegek aktuális elvárásait) figyelembe véve.

23 Ez a kisebb „népszerűség” talán az interneten közzétett idegen tartalmakkal szembeni, az internethasználókban egyre inkább kialakuló tartózkodás és kritikusabb attitűd jele is lehet, hiszen az interneten megosztott tartalmakat is tekintélyes részben a prófétát már ismerő tanítványai és az őt ismerő érdeklődők olvassák.

24 Az állítás helytállósága a pünkösdi ébredési mozgalmak és más új vallási mozgalmak internetes szereplése miatt kétséges, az azonban tény, hogy dénes Próféta csoportjából a Szentleket kapott tanítványok döntően katolikusok, és többségük a karizmatikus mozgalom tagja (is).

az, hogy a prófétánál kissé „szemérmesebb” tanítványok szerkesztik a blogot, akik nemigen akarják az ilyen egyedi tartalmakat megosztani bárkivel (szerintük az visszaélésekre vagy félreértésekre adhat alapot), másrészt pedig úgy vélem, oka az is, hogy ezzel mellőzni kívánják az első hallásra sokaknak sokkoló vagy hitetlenkedésre okot adó narratívákat. Tehát az, hogy mit nem mutatnak meg az interneten, szintén a legitimációs stratégia része.

### Legitimációs stratégiák az interneten kívül

A személyes találkozások, imaalkalmak, zárandoklatok, beszélgetések során a közösség belső világa némileg más, mint amit az interneten regisztrált tartalmakból várnánk. A legitimációs tartalmak két szempontból különböznek a világhálón megjelenőktől: egyrészt az igen intenzív látomásairól az interneten csak nagyon szűken, és kevésbé „egzotikus” élményeivel kapcsolatban számol be a próféta; másrészt pedig sokkal erősebb az önkontrollja a szóhasználatával kapcsolatosan. A hétköznapi beszédben a viccek, a magánbeszélgetések során például a *cigány* szót használja, míg az internetre került anyagokban a *romát*. A lényegesebb az első különbség, hiszen a második kissé a kirakatjelleg és a nyilvánosság előtti szereplésből fakadó jól ismert reakció. Feltűnő az a különbség, ahogyan látomásait, testen kívüli lélekutazásait a csoportban a próféta megfogalmazza. Ezek és a konkrét, Szentlélek által adott életvezetési tanácsok lépnek elő terjedelemben és jelentőségben is az első helyre. Közrejátszhat ebben az is, hogy a temerini csodát immár a tanítványok és a csoport tagjai egyöntetűen elfogadják, az nem szorul további megerősítésre. Felértékelődnek azonban a személyes élmények és üzenetek.

Az interneten keresve sem találjuk azt a feszültséget, ami a „temeriniek” és a többi vajdasági tagok között szakadást okozott. A 2014 első félévében zajló eseménysorban először a csoda emlékére a plafonra erősített fakeresztet „elkerítették” (az egyik topolyai tag szerint „rakták körül bútorokkal, hogy ne lássék”), majd expressis verbis kenyértörésre került sor. A topolyaiak ezt egyöntetűen úgy interpretálják, hogy „a temerini imaközösség, Sarolta<sup>25</sup> vezetésével úgy mondta ki, hogy ti itt vendégek vagytok, tehát mi, akik messziről, Topolyáról járunk oda, csak vendégek vagyunk, ők mondják meg, hogy hogyan legyenek a temerini csoda megemlékezései”, míg a temeriniek tiltakozni kívántak az ellen, hogy a helyi közösség „szektasznak” kezdte őket tekinteni, hiszen ők a helyi katolikus gyülekezet tagjai. Ezért olyan szimbolikus aktust hajtottak végre 2014 januárjában, ami szerintük egy rövid időre feloldotta e kettős diszkurzív tér paradoxonját: a csoda helyét mutató keresztet, ami a plafonra volt helyezve, bútorokkal eltakarták, hogy aki a falból hozzájuk belép, ne lássa meg mindjárt. Ez a lépés azonban szinte rögtön a visszájára fordult: a próféta és a távolabbi zárandokok, amint észlelték, felháborodtak rajta. A roppant tanulságos, az erőviszonyokat és ellentéteket felszínre hozó vita végül azzal zárult, hogy a próféta úgy nyilatkozott, hogy a csoda emlékhelye a „mennyeiek iránymutatása szerint a továbbiakban Topolyán legyen”, tehát mintegy „áttette” a csoda helyszínét 40 kilométerrel északnyugatabbra. Ez a vita, sőt egyelőre maga a döntés sem jelenik meg az interneten. A temerini csoda blogján 2014 szeptemberében is úgy tűnik, mintha mi sem változott volna. A 2014. májusi topolyai összejövetel alkalmával a temerini csoda házigazdája és még egy temerini tag jelen volt ugyan, azonban a feszültség érezhető

25 Ez természetesen általam behelyettesített álnév, az antropológiai szöveggözlések íratlan szabályai alapján.

volt közöttük („*Láttam Saroltán, hogy olyan feszülten ül, komoran magában*” – mondja a próféta). A temerini karizmatikus katolikus imaközösség vezetője és többi tagja már ettől az eseménytől is távol maradt. A próféta 2014. szeptember 28. napjára a kimondatlanul is „Topolya-pártiak” és megmaradt hívei részére nagyszabású összejevetelt hirdetett, amin a kivált temeriniiek nem vettek részt. Nyilvánvalóvá vált mindenki számára: a temerini csoda szakrális helyszíne immár a negyven kilométerre északra lévő Topolyára került. Ennek álmokkal legitimált magyarázata mind az egyik topolyai tanítvány, mind a próféta részéről kinyilvánított. Az álmok – mint az elmondásokból kiderül – már az „eltorlaszolt” kereszt előtt jelezték számukra: komoly változás készül. Utólag szinte drámai dramaturgiával bíró eseménysorrá, két teljesen eltérő narratívává állt össze a folyamat a temerini imaközösség és a próféta megmaradt tanítványai számára. A négyéves évfordulót 2014. november 23-án ismét Topolyán tartották, a csoda egyetlen olyan szemtanújának házában, aki nem tartott a kilépő karizmatikus katolikusokkal. Néhány utcával arrébb a kivált tagok külön imaalkalmat tartottak, de szintén nem a „csodás házban”.<sup>26</sup>

A temerini csoda „áthelyezésével” kapcsolatban megjelenik tehát az álmok, látomások szerepe, illetve az, amit a próféta „prófétálásnak” hív, azaz iránymutatást és lehetséges jövőképet ad olyan szürreális és/vagy szimbolikus képek alapján, amelyeket ő maga szándékosan is elő tud idézni, pl. amikor valakinek kézrátétellel a „fejébe néz” (ld. fentebb). A látomások és a Szentlélek személyes életvezetésének elérése az offline kommunikációban elsődleges jelentőségűvé lép elő, pusztán az online tartalmak tanulmányozásával azonban a csoport tagjainak értékrendjében betöltött szerepét nehezen, vagy egyáltalán nem tudnánk felmérni. Az egyik legfontosabb cezúra azok számára, akik a próféta gravitációs terében közelednek ahhoz, hogy fehér ruhás „fényekké” váljanak, az, amikor kinyilvánítják: „*Szentlelket kérnek*”. Egymástól is gyakran kérdezik az érdeklődők és a kíváncsiskodók: „*Te kértél már Szentlelket?*”. Aki Szentlelket kér, vállalja, hogy a próféta iránymutatásait betartva törekszik a „*jézusi tanítások befogadására és követésére*” (ahogy a próféta fogalmaz, mert „*nem engem kell követni, hanem Jézust!*”). A Szentlélek azonban nem azonos a katolikus teológia fogalmával, mivel mindenkinek más és más Szentlelket jelent, úgymond személyes segítő szellemet. Sok ilyen Szentlélek van a próféta szerint, elmondja, hogy neki a mostani vezetője már a második Szentlelke, a korábbi a mennyieiek valamiért lecserélték. Szentlélek lehet szerinte szent életű emberekből is a haláluk után, vagy mennyei lényekből. A Szentlélek irányítása (és „a mennyieiek”, „mennyei erők”, máskor az „angyalok”) azt jelenti, hogy a vele közvetlen kapcsolatban álló személy értelmezhető álmokat vagy akár ébrenlét során átélt látomásokat, máskor csak egyszerű érzéseket, homályos utalásokat kap, amiket felismer és interpretál. Ha valaki ezeket az iránymutatásokat és szabályokat nem tartja be, büntetésben részesülhet, végső soron „elvesztheti” a Szentlelket<sup>27</sup> (ezt a próféta a „szabad akarat” fogalmával is összekapcsolja). Ez az offline világ legfontosabb legitimációja tehát: a Szentlélekkel fenntartott állandó és aktív kapcsolat elérése és az elvesztésétől való félelem, iránymutatásainak abszolút felsőbbrendű szerepe. Központi szereppel bíró legitimációs technika tehát a próféta részéről a visz-

26 Míg az összes korábbi évfordulóról készült fényképek a temerini csoda blogján megtalálhatók, addig a 2014. novemberi alkalom képei 2015. február 1-jén, amikor a cikk írását lezártam, még nem voltak feltöltve.

27 Az eltelt bő hat év tapasztalata szerint nagyon könnyű kiválni a csoportból, a próféta szóhasználatával „letérni az útról” vagy „elveszíteni a Szentlelket”, hiszen a legközvetlenebb tanítványokká vált személyek több mint fele már nem tagja a csoportnak. A „kiválás” tehát gyakori, és általában viszonylag hirtelennek tűnik – a mélyben azonban hosszú belső lelki-érzelmi folyamatok húzódnak meg, amiben az egyéni életvilágnak is szerepe van.

sza-visszatérő hivatkozás arra, hogy élete döntéseit a Szentlélek irányítja.<sup>28</sup> Elmondja, hogy a testen kívüli élményeiről (mintegy ASC-ben szerzett ismeretekről) a beszámolás sorrendjét és mértékét a Szentlélek határozza meg. A „Szentlelket kapott” tagokkal a titkokba egyre mélyebb bepillantást engedő élményeit is megosztja (pl. a reinkarnációról). A látomásairól feljegyzéseket vezet. Terepmunkám során e füzetet elolvashattam, tanulmányozhattam, de az abban írt látomásokról, lélekutazásokról nem írhatok, erre felhatalmazást tőle nem kaptam.

Legitimációs eszköz a valós térben az is, amikor a Szentlélek egyházi – főleg katolikus – ábrázolásaiból nyer megerősítést (kapcsolódva más, általánosabb diskurzusokhoz). Beszámol például arról, hogy a barokkos fényözönben, vagy például a csiksomlyói kegytemplom Mária-szobrának ovális fénykoszorújában a Szentlélekkel való betöltekezés tényét ismeri fel („átjárta a Szentlélek, el volt telje Szentlélekkel”), amiből arra következtet, hogy mások is jártak a Mennyszámban előtte,<sup>29</sup> és ezeket hiteles ábrázolásnak tartja. A Szentlélek „kinézete pontosan olyan volt, amit láttam a katolikus templomokban”: tehát hosszúkas ovális forma, és „az az érzetem volt, hogy tüskék álnak ki belőle”. Azt állítja, hogy aki ezt a fénylő, hosszúkas tojásdad aurát megfestette, annak az övéhez hasonló látomásban volt része. A Szentlélek közölte, hogy már másoknak is megmutatta a mennyei világot.

A próféta beszámol róla, és ez szintén fontos legitimációs narratíva, hogy Jézussal is beszélt, aki ugyan nem magyarul beszélt, de a próféta értette, amit mondott. Dús haja volt, kb. 170–180 centi magas, enyhén szakállas, „izmos férfira emlékeztetett”, és „sugárzott belőle az élet”. Nagy szempilláival „úgy pillantott, olyan érdekes volt”, minden mozdulatát „sokatmondónak” érezte. Ezután még két erőteljes jelenést észlelt más-más alkalmakkor: az egyik a Golgota jelent meg, „ahogy Jézus ment fel a Golgotára, azzal az érzéssel, ahogy a Jézus ment fel”, a másik pedig a damaszkuszi úton Pál apostol érzése volt, a fordulat érzése. Itt tehát a két lényeges érzés átélésén, mint szakrális tapasztalaton, beavatáson volt a hangsúly, amely a tudás fontos legitimációs hivatkozása számára. Legitimációs technikának tekinthetők azok az őszinte vallomások is, amelyek az élmény és a beavatás erejét támasztják alá: „az egész ház betelt energiával” (vö. energiamozgás), és ez „akkor volt, amikor a tudatomba egyszerre belemondta, hogy mi a hivatásom”: a próféta-ság. De „annyira összeomlottam akkor momentum, hogy letérdeltem a földre, és úgy sírtam, mint a gyermek. (...) Annyira lesújtott, annyira keménynek találtam a témát”. Azt mondta: „Atyám, könyörülj rajtam!” Majd tovább tépelődött, töprengett és sírt. Azt mondta végül: „Legyen meg a Te akaratod!” (Lehetetlen nem észrevenni a Jézus elfogása előtti gondolatokkal mutatott párhuzamot.) Az ilyen expresszív beszámolóknak a hitelesség hatását keltő, őszintének tűnő megnyílás miatt tulajdonítok különleges jelentőséget. Az őszinteség legitimációs erővel bír, a karizmatikus személyiség egyik lényeges eleme, hiszen hitelessé teszi a narratívákat. Ilyen nyílt kitarulkozást azonban a weben keveset találunk a prófétától és tanítványaitól.

A személyes kapcsolat során a próféta tudatosan tesz különbséget az emberek között, hogy kinek miről és mit beszél: mit mond az újonnan érkezett érdeklődőknek és mit azok-

---

28 Vö. Schmitt (1987: 259). Attól kezdve, hogy melyik ösvényen át haladjon a zarándokcsapat, egészen addig, hogy merre menjen prófétálni, melyik házban kérdezzon szállás felé, hol verje fel a sátrát. A Szentlélek segíti a jóslásban, pl. amikor a másik ember feje fölé helyezi a kezét, „belenéz” és elmondja, hogy mit látott, mit „mutatott meg” a Szentlélek az adott személyről. Ezek általában szürreális vagy szimbolikus képek, amiket terjedelmi okokból nem elemezhetek. Ennek alapján az adott személy jövőjére vonatkozó információkat és az életvitelre vonatkozó tanácsokat is ad. E fejbe nézések (saját kifejezésével: „proféciák”) kb. 3–4 percesek.

29 Ezt számára a „mennyei erők” is megerősítették – számol be róla.



nak, akiket már többször látott, netán „kértek Szentlelket”, tehát jelezték, hogy prófétai iránymutatása szerint szeretnének élni. *„Az egyszerű embereknek nem beszélhetek, hogy a távoli bolygókon mit tapasztaltam, mert mindjárt elfordulnának, és rengeteg olyan is van még, amire a mennyiek azt mondták, hogy »Erről azonban nem beszélhetsz senkinek sem!« Tehát tudni kell, mikor mit mondhatok.”*

Az egyik kulcsfontosságú narratíva a prófétai küldetés megszerzése. Ez egy sokéves tanítási, beavatási folyamatot zárt le az életében. Erről már az első találkozások alkalmával és az internetes közlésekben is hallunk. A testen kívüli utazásairól azonban csak az offline alkalmon, az őt ismerő tagoknak és érdeklődőknek beszél. Nekik azonban sokat. A bolygóközi utazásokat és néhány más különös látomását tudatosan nem említi „kívülről”, mert fél, hogy az addigi életük félreértésekre sarkallja őket, és emiatt tiltakoznának.

Más témákat azonban a kívülről is elmond, így például a prófétai elhívásának eseményeit. Egy alkalommal – meséli – a Szentlélek felkészítette őt, hogy most fontos dolog fog történni vele, és ismét felvitte a mennyekbe. A szöveg terjedelme miatt csak összefoglalni tudom, bár rengeteg bibliai párhuzamot is említhetnénk e beszámoló kapcsán: *„Láttam az aranytrónusokat ottan”* – meséli –, amikor a mennyei Atya elé került. Csak deréktól felfelé látta őt, *„férfi formában mutatkozott, és azt is mondta, hogy az én képemre teremtettem az embert”*. Szakállas volt, és egészen közel mehetett (kerülhetett) hozzá a próféta, és ő mondta meg neki, hogy *„te vagy a huszonkettedik tanítvány”*, és külön a próféta szó/fogalom/cím használatára expressis verbis felhatalmazta őt. Továbbá arra is, hogy elmondhatja mindazt, amit látott – *„mint ahogy János apostol elmondhatta”*. *„Ekkor kaptam meg az engedélyt.”* Ezután, bár még az Atya előtt volt, de *„lassan közeledtem az arcához, majd az egyik szeméhez. S az egyik szemének a fényében elvesztem.”* Visszakerült a mennybe, de már nem a trónus előtt volt. Aztán találkozott az angyalokkal, és sokan mondták egyszerre: *„Légy hű mindhalálig, és néked adjuk az élet koronáját.”* A Szentlélek iránymutatása, tanítása azóta sem szűnt meg, de elmondta (és ezt az idézetet külön be is írta a próféta a Bibliájába), hogy *„ímé én elbocsátlak titeket, mint juhokat a farkasok közé. Legyetek azért okosak, mint a kígyó, és szelídek, mint a galambok”*. A feladatát is megadták, mint próféta – mondja: *„meg kell mondanom olyan dolgokat, amelyekkel a mennyiek nincsenek megelégedve, amik történnek a földi életben”*. Ezzel igazolja a külvilág felé, hogy amit prófétál, az az Istentől származik.

Legitimációs technika az a sokszor említett narratíva is, hogy aki elutasítja őt vagy becsmérli tanításait, büntetésben részesülhet – erről az interneten nem szól, csak a csoporton belül, illetve a személyes beszélgetéseken említi visszatérően. Elmeséli például, hogyan járt a felesége, amikor hosszú időn át nem hitt neki. Amikor otthon akárcsak morzsákat is elkezdett megemlíteni élményeivel kapcsolatban, a felesége nagyon rossz néven vette – meséli a próféta. A felesége sokáig korholta őt: *„megint a hülyeségeidet osztod”, vagy „megint kezdted a hülyeségeidet”*. Emiatt a Szentlélek kétszer is megbüntette. Egyszer mintha átlőtte volna egy tüzes villám, mintha megégett volna, egy feketés folt lett a nő hátán, majd a hasán, ahol kijött. *„Keresztülcsapta!”* – emlékszik vissza dénes Próféta. Másik alkalommal, mikor a felesége pörölése után dénes Próféta kiment éjszaka a mellékhelyiségbe, majd visszajött, csak ült az asszony az ágy szélén magába meredve; dénes Próféta szerint olyan látomást küldött a feleségére a Szentlélek, hogy lássa, milyenné teszi, amikor kritizálja a férjét és kételkedik benne: az asszony úgy érezte, *„aszongya: az ördög itt járt, s belém tette a petéit. De annyit, hogy a szájamon folyt ki. Aztán távozott a nagylábujjamon át, kígyó képibe”*. Ezt a látomást a próféta szerint azért küldte a Szentlélek a feleségére, hogy belássa, az ellenkezés és a kritika a

Sátán tanácsára történik, mintha az ő petéit és kritikáit, ellenkezését hordozná magában. Attól kezdve úgy tűnik, hogy dénes Próféta felesége leszokott a veszekedésről, de külön élnek. A családjában megélt élmények hatására hangoztatja dénes Próféta, hogy „senki sem lehet próféta a saját hazájában” (vagy máskor: „...családjában”).

Az internetről nem tudnánk meg, hogy a Szentlélek a Föld különböző távoli tájaira, tengerek mélyére, majd pedig csillagközi utazásra vitte magával a prófétát beavatása során, aki járt a mennyországban és a pokolban is. Találkozott magával Jézussal és az Atyával is. Ennek részleteiről az interneten nem, csak a személyes beszélgetések és tanítások alkalmával számol be. Állítása szerint a mennyországban tudta meg, hogyan kell ábrázolnia az Atyát, a Fiút és a Szentlelket. Ezeknek a csoporton belül standardizált ábrázolásoknak a legitimációs forrása kifejezetten a mennyi felhatalmazás. Az interneten erről csak utalásszerűen, egy videóban számol be. Ez már a csoport szimbólumalkotásainak és közösségi reprezentációjának belső ügye. Azonban ez is legitimációs alap. Az Atya ábrázolása kör, belőle nyolc sugár jön ki (lerajzolja: napocskához hasonló ábra, amit ő maga is a napszimbólumokkal hoz összefüggésbe). A Fiú ábrázolása a kereszt, a Szentléleké pedig egy erősen elnyújtott ovális forma, amelyből sugarasan vonalak (fénytüskék) áradnak ki.<sup>30</sup> A Szentlélekről szólva elmondja, hogy bár „nem láttam, hogy szeme lett volna”, de érezte, hogy figyeli őt. „Barna volt.” Azt is mondta a prófétának, hogy „mindent megtekintettél”. Ez a kijelentés fontos legitimációs erővel bír, hiszen a próféta tudására vonatkozik.

A 22-es szám misztikája nem kap különösen megindokolt szerepet a legitimációban, de érdemes röviden megemlíteni jelentőségét. A próféta e-mail és Skype címében is szereplő szám abból származik, hogy őt a mennyiek elmondása szerint a 22. prófétának jelölték ki. A beavatása 2008 januárja előtt szintén 22 évig tartott. Talán nem véletlen, hogy a Biblia lezárása, a Jelenések könyve – hiszen ez kiemelt jelentőségű a próféta szemléletében – éppen 22 fejezetből áll. Ez kapcsolódik bibliai hivatkozásaihoz, ami a valós térben sokkal intenzívebb az interneten szereplő egy-két rövid idézetnél. A személyes kapcsolatokban, szakrális alkalmakon gyakran idéz egy-egy rövid bekezdést a Bibliából (amit mindig kétszer mond el), hogy annak tartalmával megerősítse mondandóját, vagy mondanivalóját erre építse fel. Az Újszövetség-magyarázatok jelentősége a csoport életében jóval nagyobb, mint azt az internetes megjelenésből lesűrhetnénk. A próféta nyilatkozatait keresztül-kasul átszövik a bibliai idézetek és ki nem mondottan is a Bibliából vett párhuzamok, gondolatok.

A legitimáció utolsó fokozatát jelentik a „hallgatások”, a titkok. Azok a titokként vagy tabuként kezelt információk, amelyekről a próféta azt állítja, hogy a továbbadásukra még nem kapott felhatalmazást a mennyiektől. Ilyen például a poklóról szóló részletesebb beszámoló. A próféta titokzatosságát és tudásának misztikus auráját növeli, hogy kijelenti: nem oszthatja meg minden eddigi tudását az emberekkel, nagy részét még most is titokban kell, hogy tartsa. Szerinte a Szentlélek adja majd meg az engedélyt, hogy mit adhat át a tapasztaltakból, miről beszélhet. Egyre több dologra derülhet fény, de megvan a sorrend, amit nem ő, dénes Próféta, hanem maga a Szentlélek határoz meg. Beszámol arról, hogy a Szentlélek elvitte őt a pokolba: „Tudom, hogy milyen érzés ott lenni. De milyen a pokol? (...) Láttam, hogy milyen ott az élet.” A szörnyűségekről nem beszél. Elmondja azonban, hogy „A pokol nem valami föld alatti világban van. Fenn van az es a mennyben, az angyalok között. Ott vannak a bűnösök a

30 Ezek a szentháromság-szimbólumok kerültek rá zászlójára is (amelyet robogója hátán hordoz, alapszíne: barna), és a napszimbólum látható a fejpántján, amelyet a nap nagy részében hord.

*bűneikkel. Bűneik szerint, például a gyilkosok így, együtt.*” Ez a sejtelmes kép, ahogy a bűnösök bűneikkel mintegy „*kirakatban*” ülnek mások szeme előtt, felkelti az emberek kíváncsiságát, de túl sok részletet nem mond a próféta. „*Nem jött még el ennek az ideje*”, ti. hogy ezt részletezze – mondja. (Itt is felismerhetjük a bibliai párhuzamot: Jézus is tesz hasonló kijelentést.) Ezáltal a további titok lehetősége is legitimációs eszközzé válik.

### **Az internetes és az interneten kívüli reprezentációk összehasonlítása**

A legitimációs technikák szempontjából az internet csak egy bizonyos „szintig” enged bepillantást a próféta világába: angyalokról még beszél egy-egy YouTube-ra feltett videón, de pl. a mennyországi és bolygóközi utazásáról, az idegen bolygókon lakókról hallgat. Hallgat a vallások közti különbségtételről és az egyes szakmák közötti minőségi különbségekről is, amelyeket személyes beszélgetések során gyakran hangoztat. Ez utóbbiakat a „beavatásnak” mintegy második fázisára hagyja, amikor már az érdeklődő közelebb került a csoporthoz, és személyes kapcsolatot teremthetnek vele. Vannak olyan látomások, lélekutazások, amelyekről nem beszél a közösségben sem, mivel – mondja – „*nem kaptam rá felhatalmazást a mennyieiktől*”. A titok és tabu legitimációja azonban az interneten szintén nem jelenik meg. Röviden úgy foglalhatjuk össze, hogy a webes legitimáció néhány témára koncentráló, a követők részéről (a valósággal ellentétben) homogén viszonyulást mutató, de egyszerű és érthető hitelesítési narratívákra épít: a szöveges, videós és fényképes reprezentációk nem cizelláltak és nem tükrözik a belső sokszínűséget.

Ha a diskurzuselemzés eszközeivel kívánunk közelíteni a webes és weben kívüli legitimációs narratívákhoz, különös dologra figyelhetünk fel. A diskurzus két eltérő közege (vö. Foucault 2001 [1969]: 38), de még az interneten belüli közegek között is jelentős tartalmi különbség van. A Facebookon például kötetlenebbül, gyorsabban reagálnak az aktualitásokra, a blogok pedig statikusabbak, egy-két szerkesztő személy aspektusából tükrözik a csoportról láttatni kívánt képet. Nem a digitális szakadékon való átlépés eredményezi ezt a kettősséget: a közösség tagjai általában nagyon is kihasználják a digitális technika lehetőségeit: napi rendszerességgel használnak Skype-ot, rendszeresen e-maileznek, sokan a Facebookot, a YouTube-ot, mások még kevésbé ismert csatornákat is kihasználják, például a videa.hu-t, és néhányan közülük blogokat is szerkesztenek. A digitális szakadék itt nem készségbeli ugrást, inkább egyfajta belső kommunikációs kettősséget jelent. Egyrészt kontroll, hiszen félig-meddig tudatosan az információknak csak egy a kívülállók felé PC-bb részét közlik (beleértve magát a prófétát is). Másrészt azáltal, hogy a blogokat, YouTube-feltöltéseket csak néhány tag készíti, ezek nem „a csoport”, hanem csak „a blogger” vagy a YouTube-ra feltöltő személy közléseinek tekinthetők, amelyek felett a próféta is bizonyos kontrollt gyakorol.

Felmerül a kérdés, hogy egyáltalán mennyire vonhatunk le adekvát következtetést az interneten történő kommunikációból, a diskurzus milyen szekvenciáját és milyen ritkítás eredményét jelentik (vö. Foucault 1998 [1970]). Nem kívánok filozófiai fejtegetésbe bocsátkozni a megismerés korlátairól, hiszen minden értelmező jellegű tudomány szembesül ezzel az ismeretelméleti problémával. Álláspontom szerint önmagában a kibertérben megjelenő beszédesemények a diskurzus összetettségét és dinamikáját az általam vizsgált esetben kevésbé reprezentálják; a valós térben történő terepmunka elhagyása esetén pusztán ezek alapján könnyen vonhatnánk le téves következtetéseket. Gondolhatnánk, hogy a csoport

„hivatalosnak megálmodott ideológiája” jelenik meg a blogokon. Szerintem azonban ez inkább bemutatkozó regiszter azok számára, akik még csak ismerkednek a próféta tanításaival. A tanítvánnyá válás („Szentlelket kérés”, majd ennek „megkapása”) egyre belsőbb köreiben megismerhetik majd a bolygóközi utazásra, a pokoljárásra vonatkozó narratívákat és a próféta sajátos reinkarnációtanát. Van tehát egyfajta fokozatosság, amit a beavatás lépcsőinek tekinthetünk, és ebből csak az első nyílik meg az interneten. Egyfajta küszöb, amin ha átlép valaki, már a többi, különlegesebb adatra is befogadóbb lesz,<sup>31</sup> míg a kevésbé fogékonyakat már ez is „kívül tartja”, kiszűri. A tartós kutatás során értelmezésünk egyre árnyaltabbá tehető azzal, ha felismerjük, kik és mit jelentetnek meg a kibertérben, mit hagynak ki, törölnek, módosítanak (és mikor).

Amennyiben fontossági sorrendet kívánunk felállítani, azt találjuk, hogy a személyes találkozásokhoz, tanításokhoz képest az internetes kommunikációban jóval kevesebb a tényleges életvezetési tanács és sokkal több a legitimációs eszköz (de ezek közt a különleges lélekutazások, illetve látomások mennyisége egészen csekély). Különbséget kell tenni a tagok egymás közti és a kívülállók felé történő kommunikációja között is (vö. Csáji 2012b). Az utóbbiban megjelenő tartalmak az interneten kívüli valós térben folytatott kommunikációkhoz állnak közel, hiszen a bensőséges, intim szférában zajlanak, míg a blogok, videomegosztók tartalmai az internet nyilvános terét jelentik. A közösség tehát túljutott a „digitális szakadékon”, de még nem használja ki kellő mértékben az internet adta lehetőséget a kibertér nyilvános diskurzusaiba történő behatolás során. A valós térben, a személyes találkozások alkalmával (és az egymás közötti e-mailes, Skype-os, Facebookos kommunikációban) a helyzet fordított, a személyes élmények, konkrét életvezetési tanácsok dominálnak, és a legitimációs technikák köre szűkebb, megjelenésük ritkább. Egyes tartalmak szinte csak a valós térben jelennek meg (pl. az etnicitás jelentősége, a gyógyítás konkrét formái, a jövőndőlés, reinkarnáció).

A tanítványok egyéni viszonyulásai természetesen többé-kevésbé eltérőek: felhívom a figyelmet arra, hogy még a „központi” – közösnek tekinthető – értékekkel, narratívákkal kapcsolatosan is – láttuk például a tűzön járás esetében – véleményeltérések tapasztalhatók. Az egyéni és közösségi sokszínűség vallásantropológiai megragadásának nehézségeiről egyik írásomban már beszámoltam (2012a), most csak arra hívom fel a figyelmet, hogy az egyéni, megélt vallás feltárására, de még a belső viták és a diskurzusok sokszínűségére sem alkalmas a kibertérben történő etnográfia „dénes Próféta” csoportja esetében, hiszen a tagok valós térben zajló beszédeseményeihez képest viszonylag gyér és visszafogottabb kommunikáció zajlik az interneten. Ennek egyrészt tudatos/öszönös önkorlátozásban, másrészt a korlátozott technikai képességekben kereshetjük fő okait. A tagok egyéni diskurzushorizontjainak fontos „közös terévé” válik az internet, ami a közösnek tartott narratívák kialakításának fontos terepe – kanonizálja a közösségkonstrukció során a narratívákat, értékeket, adatokat. Ez azonban szelektált, egyszerre polarizáló és homogenizáló információ: a kívánt hatás mellett az elhatárolódást és a szakadást is felerősítheti. A pusztaszentistváni tanítvány már megszűnt blogján a személyes élmények, érzések és a „racionális érvelés” domináltak, míg a részletesebben elemzett temerini blog sokkal nagyobb tárházát vonultatja fel a legitimációs technikáknak, de érvelés, logikai következtetések alig szerepelnek benne. Bármelyik blog önálló vizsgálata egymástól nagyon eltérő következtetést eredményezett volna, nem egyeznek

31 Ez az első lépcső, hogy a csoport folklórja (diskurzustere) az érdeklődő kívülálló részére egyre ismerősebb legyen, fokozatosan kezdjen beleszokni a csoporton belüli diskurzusba (vö. Blank 2009: 6).

teljesen a céljaik, értékeik, és más adatokat, állításokat tartalmaznak. A blogok szerkesztése egyfajta szűrő, ami a bloggerek egyéni diskurzushorizontjának (életvilágának és tapasztalati világának) attitűdjén keresztül értelmezi és alkotja meg a reprezentáció tartalmát.

Az etnicitásdiskurzus és az etnicitás mint legitimációs alap szinte teljesen hiányzik az internetes kommunikációból, csak néhány összehasonlításban és üzenetben jelenik meg (pl. hogy a „romák” hamarabb szülnék gyereket és több gyermekük van, amit pozitívként értékel a próféta, szerinte *„nekünk, magyaroknak ezt el kell tanulnunk tőlük”*). A valós térben történő diskurzusban azonban megjelenik a „nem dolgozó” és a „lopós cigány” narratívája is (például viccek formájában), még a próféta részéről is. Ettől még természetesen az elvárás a valós térben is az etnocentrikus felhang nélküli, egalitárius viszonyulás. Az interneten viszonylag kevés a gyógyítással kapcsolatos narratíva és a gyógyulások által legitimált tartalom. Ez azért különös, mert az egyik leghangsúlyosabb a Szentlélek adományai közül a gyógyulás és a gyógyítási képessége, és a „Szentleket megkapó” tagok általában foglalkoznak – ingyenesen – imával és érintéssel való gyógyítással. Ezt a legitimációs technikát azonban inkább a valós térben alkalmazzák, és ez adja az érdeklődők és közeledők egy tekintélyes részét, hiszen a gyógyulás érdekében szinte bárki megtenne sok mindent és kipróbálna ezernyi módszert. Néhány tanítás, mint például a próféta által állított sajátos reinkarnáció vagy a földön kívüli utazások teljesen kimaradnak az internetes kommunikációból.

A kortárs közösségek esetében gyakori jelenség, hogy a kutatót közösség tagjai kíváncsiak arra, hogyan számol be a kutató a tapasztalatairól, hogyan elemzi a közösséget. Ezzel azonban a vallásantropológiai mű erőteljesen visszahat a terepre, ennek tudata visszatartja a kutatót sok olyan megállapítástól, ami kellemetlen vagy nem kívánt hatással járna. Még a legártatlanabb megjegyzés is komoly következménnyel járhat (vö. 12. lábjegyzet). Ez azonban véleményem szerint nem eredményezheti a kutató túlföntül elfogadó vagy a következtetéseket és az összehasonlítást mellőző attitűdjét. Tudomásul kell vennünk: a kutató is része a diskurzusnak – alakítja azt (ez még fontosabbá teszi a betartandó etikai megfontolásokat).

Könnyű belátni, hogy az internet – tekintettel arra is, hogy az érintett blogokon kommentárra nincs lehetőség, fórumszerű hozzászólások nincsenek – homogenizálja az információkat, nem engedi láttatni a csoport képének belső cezúráit. A digitális szakadék „fejlett” oldalára ugrók nem telepítik át teljes életvilágukat a web nyilvánosságába. Pusztán online etnográfiaival kevés és viszonylag egyoldalú információt kapnánk a csoportról, az antropológiai terepmunka nélkül a kép eltolódna a legitimációs technikák felé. Ezért is kell óvatosan kezelnünk az internetes kutatásokban az olyan kvantitatív módszereket (pl. szöveghő, fogalomgyakoriság, vö. Szilárdi 2014: 20), amelyek webes szóródás alapján állítanak fel statisztikai arányokat és vonnak le ebből nagy ívű következtetéseket. Ennek problematikus jellegét más hazai valláselméleti munkák is felismerték, például amikor a narratív kutatások új módszereinek beemelése (Szilárdi 2013: 60–62, 123–124), a vernakuláris jelleg figyelembevétele mellett érvelnek (Povedák 2014: 67–68). Jelen esetben az internetes megjelenés és tartalmak alapján a gyógyítás vagy a személyes, segítő Szentlélek (személyes szentlekek) életvezetési szerepét például jelentősen alul-, a tűzön járás vagy a közös zárandoklat szerepét pedig jelentősen túlértékelnénk ahhoz képest, amilyen következtetésekre a tartós résztvevő megfigyelés és a vallásantropológiai terepmunka alapján juthatunk. A belső cezúrákat és véleménykülönbségeket pedig végképp nem tudná önmagában a honlapok online etnográfiai kutatása vagy a szoftver segítségével végzett adatgyűjtés feltárni.

Írásomban egy adott közösség legitimációs diskurzusával foglalkoztam. Érzékeltettem azt, hogy az e diskurzusról alkotott kép mennyire más lehet a kutatói perspektíva szerint, ráadásul a csoport belső diskurzustere sem homogén, és nem rögzített határokkal illeszkedik a társadalmi diszkurzív térbe. A diskurzuzelemzéssel kapcsolatban olyan adatokat és tapasztalatokat nyújtott számomra ez a terepmunka, ami elgondolkodtató lehet más diskurzuzelemzést végző kutató számára is. Elvonatkoztatva immár a konkrét esettanulmánytól, két nagyon fontos következtetést vonhatunk le magával a diskurzuzelemzési módszerrel és megállapításokkal kapcsolatban:

1. Ha a bevett diskurzuzelemzési módszert követjük (tehát csak a leírt, rögzített diskurzusokat vesszük figyelembe), akkor a diszkurzív mezőnek csak egy sajátos, az egészhez viszonyítva korántsem reprezentatív szegmensét látjuk. A rögzített (írott, interneten elhangzó vagy megjelenő) beszédesemények és diszkurzív frekvenciák lényegesen más képet láttatnak, mint a csoport verbális és nonverbális offline kommunikációja, amit azonban csak tartós résztvevő megfigyeléssel, antropológiai módszerekkel lehet kutatni. Még az ún. interjúzó etnográfiai módszer sem megfelelő erre, hiszen utólagosan, az adatközlő emlékezetén és a szituáción átszűrve interpretál egy addigi diskurzust.

2. A csoport nem egy homogén diskurzustér, amelynek van ún. belső kommunikációja és „társadalmi beágyazottsága”, nem – pontosabban nem egyöntetű módon – alkot egy „értelmező közösséget” (Fish 1980), éppen tartóssága miatt. A csoport tagjainak, illetve a vonzásába kerülő egyéneknek egytől egyig saját diskurzushorizontjuk van, a beszédesemény-frekvenciák kisebb lokális körzeteiben (alhálózataiban) jelentős eltérések észlelhetők. Ehhez a hálózatelmélet klaszterezettség-, klikk- és kisvilágszerűség-fogalmát segítségül hívhatjuk, de a jelenség ennél bonyolultabb: a kérdés, hogy hogyan adnak ki a beszédesemények szekvenciái egy relatíve szűkebb kört, sajátos tudás- és viszonyuláskatasztrot hozva létre (a hálózat a hálózatban elv szerinti kisebb diskurzustereket, belső cezúrákat). Ebben az egyéni diskurzushorizontok egymásra rétegződésének is jelentősége van: nem mindegy, hogy a tagok egyéni diszkurzív világai (életvilágai) mennyire fedik át egymást. Az életvilágok közötti átfedések növekedése általában korrelál a beszédesemények gyakoriságával, és értelmező közösségek csíráit alkothatja. Esetünkben a vallási csoport néhány releváns témakörre vonatkozóan egy elmosódó határokkal bíró értelmező közösség ugyan, de az egymással szorosabb kapcsolatban állók alcsoportjai sajátos értelmezési kereteket alkothatnak, akár diskurzushorizontjukba tartozó kívülállókat is bevonva. Ha egy témában a beszédesemények gyakorisága megnő és az interpretáció eltávolodik a csoportbeli „többiek” értelmezésétől, az a diskurzustér töréséhez vezethet, befolyásolva más témák interpretációját is.

Tanulmányomban felvázoltam, hogy az egyik legfontosabb legitimációs eszközhöz, a temerini csodához való viszonyban két jól elkülönülő értelmezési diskurzustér alakult ki. Mindkettő elfogadta a csodát és jelentőségét, azonban a hozzá kapcsolódó érzésekkel, értékekkel, a csodára emlékezés módjával kapcsolatosan markáns különbségek adódtak, ami végül a csoport szétszakadását eredményezte (ráadásul voltak, akik a vita diskurzusából ki-maradtak, mert pl. Szegeden, Törtelen vagy Újszilváson laknak). A próféta – álomban történt látomásával is legitimált módon – a temerini csodát „áthelyezte” Topolyára, a Topolya–Bácskossuthfalva központ köré szerveződő kisebb diskurzustér álláspontját fogadva el. Az internetes kommunikációban ez nem jelent meg a cikk megírásáig terjedő időben. Ezt a belső hasadási folyamatot tehát a felülről történő elemzés (CDA, TODA) módszerével vég-

zett kutatás során nem érzékeltük volna, a „felülről történő” vizsgálat számára ezek a fontos belső folyamatok „láthatatlanok”. Az „alulnézeti perspektíva” hangsúlyozása természetesen nem jelenti azt, hogy a társadalmi beágyazottság és a tágabb diskurzusterek beszédesemé-nyei, tartalmi figyelmen kívül maradnának, csupán azt, hogy a felülnézeti, kétdimenziós (diskurzus/idő) modellből a kutatást egy legalább háromdimenziós (diskurzus szintjei, terei és az idő) aspektusba helyezném át (ez lenne a diskurzuselemzés „antropológizációja”). Re-mélem, hogy sikerült bemutatnom, mennyivel árnyaltabb kép érhető el, ha a rögzített szö-vegek elemzését és az interjúkat kiegészítjük a tartós résztvevő megfigyelés eredményeivel.

## Hivatkozott irodalom

- Apolito, Paolo (2005): *The Internet and the Madonna. Religious Visionary Experience on the Web*. Chicago – Lon-don: University of Chicago Press.
- Bakó Rozália Klára és Hubbes László-Attila (2011): Religious Minorities' Web Rhetoric. Romanian and Hungarian Ethno-Pagan Organizations. *Journal for the Study of Religions and Ideologies* (30): 127–158.
- Blank, Trevor J. (2009): Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet. In *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*. Trevor J. Blank (szerk.). Logan: Utah State University Press, 1–20.
- Csáji László Koppány (2014): „Belakjuk környezetünket és az internetet!” Lokalitás és/vagy hálózatiság – vallás-antropológiai elemzés a közösségkonstrukció lokális és hálózati tereinek, szerveződésének összefüggéseiről. In *Sámán Sámán hátán. A kortárs pogányság multidiszciplináris elemzése*. Povedák István és Szilárdi Réka (szerk.). Szeged: MTA SZTE Vallási Kultúrakutató Csoport – SZTE BTK Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék, 78–96.
- Csáji László Koppány (2013): „dénes Proféta” (Péter Dénes) – a székely proféta. In *Lelki élet, vallásosság*. Gazda József és Szabó Etelka (szerk.). Kovácsna: Kőrösi Csoma Sándor Közművelődési Egyesület, 388–481.
- Csáji László Koppány (2012a): Az egyéni és közösségi sokszínűség megragadásának vallásantropológiai nehézségei. In *Etno-pogányok. Retorikai fogások a hálón innen és túl*. Hubbes László (szerk.). Kolozsvár: Erdélyi Múzeum Egyesület, 17–66.
- Csáji László Koppány (2012b): *A New Age, a neopogányság és a keresztény megújulási mozgalmak eszmerend-szereinek keveredése egyes új vallási mozgalmak jelképrendszerében és az internet szerepe közösségkonstrukciójuk-ban*. (PPT-prezentáció.) Sepsiszentgyörgy – Csíkszereda: Semeistos Webszemiotikai Műhely – Sapientia Erdélyi Magyar Egyetem. Interneten: [http://semeistos.files.wordpress.com/2012/07/kpi-etno-poganyok\\_csaji-koppany.pdf](http://semeistos.files.wordpress.com/2012/07/kpi-etno-poganyok_csaji-koppany.pdf) (letöltve: 2014. június 3.).
- van Dijk, Teun A. (1985): *Handbook of Discourse Analysis*. I–IV. London: Academic Press.
- van Dijk, Teun A. (2008): *Discourse and Context. A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Escobar, Arturo (1994): Welcome to Cyberia. Notes on the Anthropology of Cyberculture. *Current Anthropology* 35(3): 211–231.
- Escobar, Arturo (2004): Beyond the Third World. Imperial Globality, Global Coloniality and Anti-globalisation Social Movements. *Third World Quarterly* 25(1): 207–230.
- Fairclough, Norman (2001 [1989]): *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, Norman (2003): *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Farkas Judit (2012): „Végállomás, nem megy tovább.” Krisna-völgy jelentései, értelmezési alternatívái. In *Az elkerül-hetetlen. Tanulmánykötet a 60 éves Vargyas Gábor tiszteletére*. Landgraf Ildikó és Nagy Zoltán (szerk.). Budapest: L'Harmattan, 555–577.
- Fish, Stanley Eugene (1980): *Is There a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge, Harvard University Press.
- Foucault, Michel (1998 [1970]): A diskurzus rendje. In *A fantasztikus könyvtár. Válogatott tanulmányok, előadások és interjúk*. Budapest: Pallas Stúdió – Attraktor, 50–74.
- Foucault, Michel (2001 [1969]): *A tudás archeológiája*. Budapest: Atlantisz.
- Gelléri Gábor (2001): Mit keres az antropológia a cyberben – és a cyber az antropológiában? *Tabula* 4(2): 270–286.

- Howard, Robert Glenn (2011): *Digital Jesus. The Making of a new Christian Fundamentalist Community on the Internet*. New York: New York University Press.
- Hesz Ágnes (2008): Néphit vagy helyi vallás: lélek- és túlvilág-képzetek Hidegségen. In *Vannak csodák, csak észre kell venni*. Pócs Éva (szerk.). Budapest: L'Harmattan, 15–72.
- Peti Lehel (2010): „Nekünk is van Medjugorjénk!” Vallási és etnikai interferenciák Erdélyben. A szőkefalvi Mária-jelenések. In *Etnicitás. Különbőségtevő társadalom*. Feischmidt Margit (szerk.). Budapest: Gondolat – MTA Kisebbségkutató Intézet, 283–299.
- Papp Z. Attila (2001): Az eltűnt hokimeccs nyomában. Diskurzuselemzés egy sportesemény ürügyén. *Médiakutató* 1(2): 18–29.
- Povedák István (2014): Láthatatlan határok. A keresztény – újpogány szinkretizmus. In *Sámán Sámán hátán. A kortárs pogányság multidiszciplináris elemzése*. Povedák István és Szilárdi Réka (szerk.). Szeged: MTA SZTE Vallási Kultúrakutató Csoport – SZTE BTK Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék, 55–77.
- Primiano, Leonard Norman (1995): Vernacular Religion and the Search for Method in Religious Folklife. *Western Folklore* 54(1): 37–56.
- Schmitt, Jean-Claude (1987): A látomások a középkorban. *Világosság* 28(4): 254–262.
- Szilárdi Réka (2013): *Magyarországi újpogány vallások nemzeti identitáskonstrukciójának narratív mintázatai*. (Doktori dolgozat.) Pécs: Pécsi Tudományegyetem, Pszichológia Doktori Iskola. Interneten: [http://pszichologia.pte.hu/sites/pszichologia.pte.hu/files/files/files/dok/disszert/szilardi\\_reka-d-2013.pdf](http://pszichologia.pte.hu/sites/pszichologia.pte.hu/files/files/files/dok/disszert/szilardi_reka-d-2013.pdf) (letöltve: 2015. január 10.).
- Szilárdi Réka (2014): A magyar kortárs pogány narratívumok nemzeti identitáskonstrukciói. In *Sámán Sámán hátán. A kortárs pogányság multidiszciplináris elemzése*. Povedák István és Szilárdi Réka (szerk.). Szeged: MTA SZTE Vallási Kultúrakutató Csoport – SZTE BTK Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék, 11–23.
- Sz. Kristóf Ildikó (1998): Jákob rózsafája vagy frusztrált antropológusok? Az értelmezés hatalmáról és korlátairól. *Tabula* 1(1–2): 60–84.



## Do I(n)terne)t Yourself

A magyar hardcore punk és a virtuális tér

### Bevezető

Az utóbbi évtized során az internet egyre sokrétűbb és szélesebb körű használata hazánkban is maga után vonta a szubkulturális információkhoz való hozzáférés lehetőségeinek megsokszorozódását. A virtuális tér (és különösen a közösségi média) ezenkívül nagymértékben hozzájárul a szubkulturális gyakorlatok megújulásához, és mivel különösen kedvező körülményeket biztosít a különböző szubkulturák egymással, illetve a mainstream kultúrával folytatott interakciójának, a szubkulturális kapcsolathálóok folytonos újrarajzolásában is hathatósan közreműködik.

Tanulmányomban a világháló és a hardcore punk szubkultúra<sup>1</sup> hazai viszonyrendszerének átfogó – bár korántsem teljes – ismertetésére teszek kísérletet. Egy rövid elméleti és szakirodalmi összefoglalót, valamint a vizsgált jelenség általános bemutatását követően először azt vázolom fel, hogy a világháló hogyan jelenik meg a szubkulturális közbeszédben, hogyan illeszkedik a szubkultúra ethoszába és kapcsolódik össze annak elsajátításával, illetve milyen viszonyban áll a hitelesség eszményével és a beavatottság megítélésével. Írásom

1 Jelen írásomban ugyan nem térek ki a terminusokat övező vitákra és azok következményeire (részletesen lásd pl. Bennett 2011; Greener és Hollands 2008; Tófalvy 2011), de szükségesnek tartom röviden megindokolni, hogy miért használom mind a *színtér*, mind pedig a *szubkultúra* fogalmát. Az interjúk és a résztvevő megfigyelés során gyakran tapasztaltam, hogy adatközlőim több kifejezéssel illetik a hardcore punkot. A *szubkultúra* szót leginkább akkor alkalmazták, amikor annak *elvont*, eszmei oldaláról (például a zenéhez kapcsolódó ethosz alkotóelemeiről), rendszerszerű sajátosságairól beszéltek, a *színtér* terminust pedig akkor, amikor előbbieket valós megnyilvánulásairól, gyakorlati aspektusairól volt szó (például arról, hogy egy adott városban hogyan szerveződik a hardcore punk közösség). Fogalomhasználatom alapvetően beszélgetőtársaimét követi, ugyanakkor a terminusok tudományos meghatározását is figyelembe veszi. A *színtér* fogalmának meghatározásához lásd Straw (1991), a *szubkultúra* jelentésének átfogalmazásához pedig lásd Williams (2011: 35–43). Williamshez hasonlóan *szubkultúra* alatt én is specifikus képzetek és gyakorlatok olyan jellegzetes mintákba rendeződő komplexumát értem, amelyet az előbbiekhöz különböző mértékben és módokon kötődő egyének interakciói hoznak létre és formálnak tovább (2011: 39). Itt szeretném megragadni az alkalmat arra is, hogy megköszönjem a tanulmány lektorának javaslatait.

második egysége a kérdéskör gyakorlati oldalával foglalkozik, és azt térképezi fel, hogy a magyar hardcore punkok hogyan és milyen szubkulturális célokra használják a világhálót.

### A kutatás módszertana

A hardcore punk szubkultúra vizsgálatát 2010-ben kezdtem meg. Jómagam nem vagyok résztvevő, és adatközlőim perspektívájának feltárásához elsősorban az antropológia módszertanát használom: interjúkat készítek, illetve különböző közösségi események (főleg fesztiválok és koncertek) alkalmával végzek résztvevő megfigyelést, a kutatás reprezentativitásának érdekében több helyszínen (mind ez idáig Budapesten, Pécsen, Siklóson, Veszprémben és Egerben).

Interjúim túlnyomó részét előre egyeztetett személyes találkozások alkalmával készítem, áthidalhatatlan földrajzi távolság (az adatközlő külföldön tartózkodása) és más akadályok (pl. komolyabb szervezési nehézségek) esetén pedig e-mail formájában történő üzenetváltással vagy a személyesség érzetét jobban megőrző videochat segítségével. Minden esetben személyes találkozásra törekszem, hiszen tapasztalataim alapján nem csak az információgyűjtés szempontjából bizonyul hasznosabbnak, ha adatközlőim spontán módon öntik szavakba a gondolataikat, de többségük egyébként is a szemtől szemben folytatott beszélgetéseket részesíti előnyben. Bizalmuk elnyerésének, illetve a kutatásban való részvételük motiválásának ráadásul ez a legmegfelelőbb módja, hiszen személyesen hatékonyabban lehetséges megosztani velük a kutatás céljait, és nekik is lehetőségük nyílik kötetlenebb formában kérdezni a kutatótól.

Mivel kutatásomat városi környezetben, hálózatos szerveződésű és nehezen lokalizálható terepen végzem, az interjúk megszervezése helyszín és időpont tekintetében mindkét fél részéről nagy rugalmasságot követel. Amennyiben az interjút megelőzően nincs lehetőség informális ismerkedésre (pl. egy-egy koncert alkalmával), először közösségi médián keresztül veszem fel a kapcsolatot a potenciális adatközlőkkel. A magyar szintér hálózatos szerveződéséhez igazodva kiválasztásukhoz a hólabdamódszert alkalmazom, vagyis elsősorban már meglévő ismeretségeimre hagyatkozom. Adatközlőim többsége városban élő, jellemzően 18–40 év közötti férfi.<sup>2</sup> Színterük életében különböző módokon és mértékben vesznek részt: vannak közöttük olyan személyek, akik a magyar szintér alakulásában zenészként, koncertszervezőként, *do it yourself* kiadó „üzemeltetőjeként” központi szerepet vállalnak vagy vállaltak, valamint olyanok is, akik talán kevésbé látványosan (pl. koncertlátogatóként), ám nem kevésbé jelentős módon járulnak vagy járultak hozzá annak fenntartásához.

Szervezett interjúim többsége első alkalommal félig strukturált, de mivel egy adatközlővel (hajlandóságától függően) általában többször is beszélek, a további találkozások alkalmával mélyinterjúkra is lehetőség adódik. Hasznos kiegészítő információkat – és nem utolsósorban kontroll-lehetőséget – nyújtanak ezenfelül informális beszélgetéseink, adatközlőim visz-

---

2 Az eddigiek során mindössze két női adatközlővel készítettem interjút. Számuk jól reprezentálja a magyar szintéren tapasztalható nemi arányokat, és ezzel egyúttal egy újabb fontos kutatási témára hívja fel a figyelmet (a női résztvevők hiányáról lásd Mullaney [2007] és Griffin [2012]). Mivel terepmunkám alapvetően férfiak által dominált közegben zajlik, anyagom elemzésekor tekintettel kell lennem arra is, hogy nemem hogyan befolyásolja kutatómunkám eredményeit.

szajelzései közös munkánk szöveges eredményeiről, valamint az a néhány csoportos interjú, amelyeket együttesekkel készítettem (ezeket minden esetben egyéni interjúk követték).

Kívülállóságom és terepem szituatív jellege<sup>3</sup> természetesen nyomot hagy a kutatás anyagán: adatközlőim hétköznapijaiba csak alkalmanként, ideiglenesen és korlátozottan nyerhetek betekintést, ez pedig a lehető legtudatosabb anyagkezelést követeli meg. Mivel kutatómunkám során (főleg az ismerkedés kezdeti szakaszában) gyakran bevett „paneleket” és diskurzusokat hallok, az összevetés módszere és a beszélgetések menetének tudatos finomítása mellett különösen körültekintően kell figyelembe vennem olyan tényezőket is, mint például az adatközlő saját információforrásai, más hardcore punkokkal ápolt kapcsolatai, helyi színtere életében játszott szerepe, a beszélgetés körülményeihez való viszonyulása, stb.

Antropológiai terepmunkám mellett megállapításaim forrásául maga a tanulmány tárgya szolgál: a világháló, amely a hardcore punk szubkultúra által inspirált tartalmak formájában szintén elemzésre váró források sokaságát bocsátja a kutató rendelkezésére. A szubkulturális információkhoz való online hozzáférés lehetősége esetemben tehát nem csak a kutatott jelenségre, hanem magára a kutatásra is hatással van, hiszen az új témán felül tulajdonképpen egy az addigit kiegészítő, és ahhoz hasonló fontosságú terepet eredményez.<sup>4</sup>

Mivel kutatásom kezdeti szakaszában a hardcore punk identitás megélésének valós és szimbolikus terei jobban foglalkoztattak, mint a virtuális tér, némi előzetes tájékozódáson kívül egy ideig leginkább csupán szakirodalom gyűjtésére és adatközlők felkeresésére használtam az internetet. Hamar egyértelművé vált azonban, hogy a hardcore punk hivatkozási keretének megismerésében az interjúkon és a klasszikus résztvevő megfigyelésen kívül éppen az internet lehet az egyik leghatékonyabb segítség, ugyanis adatközlőim mindennapjait és a szubkultúrával való kapcsolatukat érzékelhetően átszövi a világháló. Az interneten való folyamatos böngészés (amire az online szubkulturális tartalmak szüntelen változása és bővülése miatt egy hasonló kutatás esetében mindenképpen szükség van) tapasztalataim szerint sokat segít egy interjúk alkalmával is hasznosítható közös tudás kialakításában. Ráadásul azáltal, hogy az interneten néhány kivételtől eltekintve a kívülálló kutató is gyakorlatilag ugyanazokhoz a tartalmakhoz fér hozzá, mint bármely hardcore punk, a böngészés egy sajátos, ám felettébb hasznos perspektívát eredményez: kiterjeszti a résztvevő megfigyelés határait, hiszen lehetőséget ad a kutatónak arra, hogy a valós téren kívül is betekintést nyerjen a kutatottak hétköznapi rutinjaiba és a szubkultúrával kapcsolatos tájékozódásuk virtuális forrásaiba.

Az ilyesfajta „résztételnek” természetesen vannak korlátai: a hozzáférés lehetősége nem jelent egyet azzal, hogy a kutató valóban mindent lát, amint az adatközlői és a fellelhető tartalmakat sem úgy használja és értelmezi, ahogyan ők. Jelen tanulmány megírásához éppen ezért perspektívaegyesítésre volt szükség: szövegem az interjúkból és a hardcore punkhoz kapcsolódó online tartalmak böngészéséből származó tapasztalataimra és információimra épül. Mivel kutatásom korántsem tekinthető lezártnak, írásomat nem konklúzióknak, hanem egyfajta előtanulmánynak szánom, amelynek célja egyrészt az, hogy összegezzem a szubkulturális internethasználat témájának a hazai hardcore punk vonatkozásában gyűjtött eddigi

3 A hardcore punk identitás csak adott helyzetekben „aktiválódik”, egyebek mellett például éppen a kutatóval folytatott beszélgetések során.

4 Az antropológia módszertanának internetes kutatásokhoz való hozzáigazításáról lásd például Garcia et al. (2009).

ismereteimet, másrészt pedig az, hogy felvázoljam a megfigyelt tendenciák közül azokat, amelyek a későbbiek során akár egy elmélyültebb kutatás irányvonalaivá is válhatnak.

### Szubkultúrák, média, internet

A szubkultúrák és a média viszonyát tárgyaló társadalomtudományi munkák száma a hetvenes években indult jelentős növekedésnek. A sort Stanley Cohen *Folk Devils and Moral Panics* című kötete (2002 [1972]) nyitotta meg, amelyben a szerző a brit modok és rockerek összecsapásairól szóló sajtóhírek hatását elemzi. Cohen munkájának értelmében a média az uralkodó kultúra, illetve a domináns morális és esztétikai normák közvetítőjeként nem csak kívül esik a szubkultúrákon, hanem a morális pánikokhoz<sup>5</sup> és morális keresztes hadjáratokhoz való hozzájárulásával ellenük hangolja a közvéleményt, és elősegíti devianciaként való megbélyegzésüket.

A birminghami Kortárs Kritikai Kultúrákutatói Központhoz (*Centre for Contemporary Cultural Studies*, a továbbiakban CCCS) kapcsolódó korai munkák szintén aszimmetrikus viszonyként tárgyalták a kérdést: a médiát az uralkodó osztály hegemoniatörekvéseit szolgáló eszközként, a szubkultúrákat pedig a munkásosztályi származású fiatalok ellenállásának megnyilvánulásaként értelmezték. A mainstream kultúra és a szubkultúrák közé húzott tudományos választóvonalat kiválóan példázzák Dick Hebdige megállapításai, aki szerint a tömegkultúra a média (és egyéb eszközök) révén előbb-utóbb törvényszerűen bekebelezi a szubkulturális stíuselemeket, és ezzel – szemben a szubkultúrákkal – győztesen kerül ki a kulturális elemek jelentésének meghatározásáért folytatott osztálytársadalmi „szemiotikai gerillaharcból” (Hebdige 1979).

A CCCS koncepcióinak hiányosságaira többek között Sarah Thornton *Club Cultures* című munkája (1995) mutatott rá. Thornton jóval komplexebb viszonyrendszert tár olvasója elé, mint az őt megelőző szerzők: felhívja a figyelmet arra, hogy a média nem nyilvánítható egyértelműen és egyoldalúan „kizsákmányoló” félnek, hiszen a klubkultúrák esetében például a résztvevők aktív és változatos médiahasználatára miatt konstruktív aspektusai is megmutatkoznak. Kutatása ezenfelül arra is rámutatott, hogy a populáris médiát nem szerencsés homogén entitásnak tekinteni: a tömegmédia, a niche-média és a szubkulturális mikromédia hármának mindegyike különböző és önmagában is sokrétű viszonyban áll a szubkultúrákkal.

A posztszubkulturalista diskurzus (Muggleton 2005 [1997]; Bennett 2011) szintén kiemelt jelentőséget tulajdonít a médiának: a posztmodern közösségeket jellemző képlékenység, töredezettség és multiplicitás előretörését, az ifjúsági identitásformálódás „hagyományos” módozatainak visszaszorulását és a szubkultúrák korának lezárulását kapcsolja hozzá.<sup>6</sup> Andy Bennett (2004) szerint az online identitásteremtés lehetőségével, illetve a földrajzi és kulturális távolságokat áthidaló új kommunikációs formák felkínálásával az internet különösen nagy mértékben járul hozzá a korábbi közösségalkotási folyamatok és stratégiák átalakulásához.

<sup>5</sup> A morális pánik fogalmáról bővebben lásd Kitzinger (2000).

<sup>6</sup> Ezzel voltaképpen ismét szembehelyezi egymással a szubkultúrákat és a médiát.

Való igaz, hogy míg az ezredfordulót megelőző időszakban túlnyomórészt lemezboltok, szórakozóhelyek, koncertek, fesztiválok és a posta biztosították a helyi szubkulturális infrastruktúrák kialakulását, összekapcsolódását és mindennapi működését, addig a kétezres évektől kezdve az internetkapcsolattal rendelkezők számának jelentős növekedése és az új digitális technológiák (pl. az mp3 fájlformátum) elterjedése új dimenziókat nyitott meg a szubkulturális eszmék és javak transzlokális cseréje előtt. Az internet médiaplatformjai (különösen a fájl- és videomegosztók, illetve a közösségi oldalak) a virtuális térben földrajzi, politikai, gazdasági és kulturális határok átszelését teszik lehetővé, és ez kétségkívül változtatott a szubkultúra-résztevők kommunikációs szokásain, illetve identitás- és közösségteremtési stratégiáin.

Mindez természetesen nem minden kutató szerint jelenti a szubkulturák korának végét. Paul Hodkinson monográfiája a goth-ról (2002) részletekbe menően tárgyalja azt a kérdést, hogy a nem szubkulturális média (amely gyakran akaratlanul is „toborzóerővé” válik) és a szubkulturális média hagyományosabb formái, például fanzine-ek,<sup>7</sup> röplapok és plakátok mellett az internet használata hogyan mélyítheti el a szubkulturában való részvételt. Tracey Greener és Robert Hollands (2008 [2006]) szintén arra jutottak, hogy a részttevők nem pusztán passzív elszenvedői az (új) média szétforgácsoló erejének, hanem – ahogyan azt a virtuális psytrance általuk vizsgált esete is alátámasztja – aktívan használják a rendelkezésükre álló médiaeszközöket arra, hogy kollektív identitásokat hozzanak létre és tartsanak fenn akár hosszú távon is.

Napjainkra a média és a szubkulturák viszonya – különös tekintettel a világháló egyre szélesebb körű használatára – az eddigieknél is aktuálisabb kérdéssé vált. A hazai kutatások ebben a tekintetben lépést tartanak a nemzetközi kutatási trendekkel. 2008-ban például a *Zenei hálózatok – Zene, műfajok és közösségek az online hálózatok és az átalakuló zeneipar korában* (Tófalvy, Kacsuk és Vályi 2011), 2011-ben pedig a *Zenei szubkulturák médiareprezentációja* című konferencia (Guld és Havasréti 2012) előadói foglalkoztak behatóan a témakörrel.

### A hardcore punk szubkultúra főbb vonásai

A hardcore punk a nyolcvanas évek elején kezdett a klasszikus (brit) punktól elkülöníthető formát ölteni az Egyesült Államokban. A hetvenes évek végére a mainstream kultúrába való beszivárgásával a punk elvesztette sokkoló erejét, és „ártalmatlanná” vált a szélesebb társadalom számára. A műfaj zászlóshajóinak számító Sex Pistols és The Clash nemzetközi ismertségre tettek szert és busás összegeket szereztek nagy lemezkiadókhoz, a folyamatos médiaérdeklődés fokozatosan a közbeszéd és így a köztudat állandó elemévé tette a jelenséget, a divatvilág kifutóin pedig rövidesen a punk stílust mímelő extravagáns ruhadarabok jelentek meg. Ahogy társadalomkritikus üzenetei egyre nagyobb ellentmondásba kerültek a kereskedelmi sikerekkel és a hirtelen jött népszerűséggel, a punk sokak sze-

---

7 A 'fanzine' kifejezés a *fan* (rajongó) és *magazine* (magazin) szavak összevonásából született, és olyan szűk körben terjesztett, önköltségen gyártott és nonprofit sajtóterméket jelöl, amely az adott szubkultúra résztvevőit potenciálisan érdeklő témákkal foglalkozik.

mében nem csak exkluzivitásából, hanem hitelességéből és integritásából is sokat veszített (lásd Furgason 2008: 53–57; Stewart 2011: 101–108).

A magát *hardcore*-ként, azaz elkötelezett keménymagként definiáló új amerikai punk generáció elsődleges ismertetőjegye abban állt, hogy mind zenéjét, mind színterét tudatosan és következetesen igyekezett távol tartani a mainstream kultúrától és annak intézményeitől. A punktól örökölt fokozott establishmentellenesség az elmúlt évtizedek során egy erősen társadalomkritikus és tudatos hozzáállás alapjává,<sup>8</sup> és egyúttal a szubkultúra ethoszának és a hardcore punkok önmeghatározásának egyik legfontosabb elemévé vált.

Az establishmentellenesség középpontjában a kezdetektől fogva a zeneipar aktorai állnak. A zene előállításához, terjesztéséhez és fogyasztásához<sup>9</sup> kapcsolódó *do it yourself* (a továbbiakban DIY; magyarul: „csináld magad”) szellemiség a résztvevők szerint az autonóm, zeneipartól és médiától független underground kultúrateremtés legfontosabb előfeltétele.<sup>10</sup> Utóbbi tényleges helyszínéül a *színterek* szolgálnak, amelyek rendszerint egy-egy település (vagy ország) hardcore punkjait fogják össze a színtér földrajzi keretei között zajló – és az azzal való azonosulást jelentősen elősegítő<sup>11</sup> – közösségi események révén.

A szubkultúra egyik legjellegzetesebb eleme a *straight edge*,<sup>12</sup> vagyis az identitásként vállalt absztinens életmód, amely ugyan opcionális lehetőségként áll a résztvevők rendelkezésére, de az elmúlt évtizedekben messzemenően meghatározta a hardcore punk ethosz alakulását: absztinens tagokból álló együttesek tevékenységéhez kapcsolódik például az állati jogok és a környezetvédelem iránti érdeklődés „meghonosodása” és a vegetáriánus/vegán táplálkozás népszerűségének ugrásszerű megnövekedése a nem absztinens hardcore punkok körében. Fonák módon éppen a *straight edge* vált a hardcore punk kultúra azon elemévé is, amely a kilencvenes években (néhány morális pánikot eredményező bűntény következtében) az absztinens és a nem absztinens résztvevők számára egyaránt kedvezőtlen média-visszhangot keltett (Haenfler 2006: 81–101; Wood 2006: 39–48).

---

8 A hardcore punk dalszövegek – az ethosz első számú, és ezért tudományos figyelemre is méltó közvetítői – jellemzően társadalomkritikai felhanggal bírnak, tematikájukat tekintve pedig gyakran feszegetnek politikai és társadalmi kérdéseket, aktualitásokat is (pl. szexizmus, rasszizmus, homoszexualitás, társadalmi egyenlőtlenségek).

9 A hanganyagok feljátszása, kiadása, promóciója és az ezekhez kapcsolódó kreatív munka (pl. pólók és logók tervezése, legyártatása), a turné- és koncertszervezés, a fanzine-szerkesztés és a koncerteken felállított árusítóstandok működtetése az esetek többségében hivatásos menedzsment segítségével, egy-két személyből álló független kiadók és egyéb szubkulturális vállalkozók (pl. koncertszervezők) révén történik.

10 Hozzá kell ehhez tenni, hogy bár a DIY mentalitást és az abból fakadó gyakorlatokat az establishmenttel szembeni tudatos lázadás megnyilvánulásának és a status quo megkérdőjelezésének tekintik (és ez sok szempontból valóban így is van), bizonyos tekintetben azért kényszer szülte attitűdről van szó: a punknál tempósabb, torzított hangzású, ordító énekkel dolgozó hardcore punk zene forgalmazását nem sok kiadó tekintette megtérülő befektetésnek, így az együttesek kénytelenek voltak saját kezükbe venni zenéjük kiadását. A média figyelmének elkerülését jelentősen megkönnyíti az is, hogy a hardcore punkok megjelenése elődeikéhez képest jóval letisztultabb és kevésbé látványos.

11 A hardcore punk identitás fontos részét képezheti a helyi színtér irányában érzett lojalitás és elkötelezettség, ami a színtér életében való aktív részvételen kívül a színtértagság büszke felvállalásában (pl. logóval, felirattal, a színtér nevével ellátott ruházat viselésében) is megnyilvánulhat.

12 A *straight edge*-eknek nevezett absztinens hardcore punkok nem fogyasztanak alkoholt, drogokat és dohányárut, és sokan közülük állati eredetű termékeket sem vesznek magukhoz. A jelenség kialakulásának történetéhez lásd Haenfler (2006: 7–17) és Wood (2006: 32–58).

A hardcore punk szubkultúra és a (hagyományos és új) média viszonyával magyar nyelvű vagy a magyar színtérhez kapcsolódó írás még nem foglalkozott, amiben az is szerepet játszik, hogy hazánkban maga a jelenség sem igazán keltett széles körű tudományos érdeklődést.<sup>13</sup> Angolszász társadalomtudósok azonban már számos kiváló – elsősorban az amerikai színtérre összpontosító – munkával gazdagították a szubkultúrához kapcsolódó szakirodalmi korpuszt.<sup>14</sup> A hardcore punk és a média kapcsolatának kérdésével tudomásom szerint az eddigiekben nem sok szerző foglalkozott (kivételként lásd pl. Furgason 2008), akiknek túlnyomó többsége a specifikusan straight edge-ek, vagyis absztinens életmódot folytató hardcore punkok körében végezte kutatásait.<sup>15</sup>

J. Patrick Williams, aki egy straight edge-ek által működtetett fórumon végezte terepmunkáját, több önálló (2003, 2006, 2007) és egy társszerzős (Williams és Copes 2005) tanulmányban is behatóan vizsgálta, hogy a közös értékeken és érdeklődésen nyugvó közösségek létrejöttének különösen kedvező virtuális tér hogyan teremtett lehetőséget a hagyományos, elsősorban zenei preferenciákon és face to face részvételen alapuló szubkulturális kapcsolathálókon *kívül* eső szubkulturális identitásalkotásra. Írásai azzal a kérdéssel foglalkoznak, hogy a szubkulturális információkhoz való széles körű virtuális hozzáférés hogyan eredményezte a szerző által „net-straight edge-eknek” nevezett személyek megjelenését (olyan, magukat straight edge-ként definiáló személyeket, akik nem a hardcore punk színtéren való részvétel révén jutottak el az absztinens életmód megismeréséig és az azzal való azonosuláshoz), és hogy a fórumbeszélgetésekben való aktív részvételük milyen online vitákat indított el a hitelesség kritériumairól. Williams munkáin kívül Brian Wilson és Michael Atkinson közös tanulmánya (2005) is az internet szubkulturális jelentőségével foglalkozik: a kanadai rave és straight edge színterek példáján keresztül a szerzőpáros az on- és offline szubkulturális tapasztalatok és gyakorlatok szétválaszthatatlanságát bizonyítja. Ross Haenfler monográfiája a straight edge-ről szintén tartalmaz a média és az internet hatásait, megítélését és használatát tárgyaló fejezetet (2006: 168–187).

A fentebb említett munkák többsége az internethasználatot valamilyen módon a szubkulturális hitelesség kérdésével is összekapcsolja. Ennek oka minden bizonnyal abban rejlik, hogy ez a reláció magukat a kutatókat is foglalkoztatja, az internet nyújtotta „késztermékek” és nyilvánosság ugyanis sokak szerint ellentmondásban áll a hardcore punk lényegi sajátosságaival: a DIY szellemiséggel és az underground szerveződéssel.

---

13 Tófalvy Tamás néhány írásán (2005, 2006), illetve jelen tanulmány szerzőjének néhány megjelenés alatt álló munkáján kívül a hardcore punk szubkultúráról tudomásom szerint magyar nyelven még nem jelent meg tudományos igényű publikáció.

14 Kizárólag a hardcore punkkal foglalkozó és a tudományosság kritériumainak is megfelelő monográfiával kutatásaim során még nem találkoztam. Mindenképpen említésre méltóak azonban Steven Blush (2001) és Brian Peterson (2009) „féltudományos” kötetei, illetve azok a tanulmányok, amelyek (kompenzálva a monográfiák hiányát) a szubkultúrához kapcsolódó különböző részkérdések egész sorát tárgyalják (pl. Driver 2011; Ensminger 2010; McDowell 2011; Milenković 2007).

15 A straight edge-et az amerikai szakirodalom jellemzően különálló szubkultúrának tekinti.

## A hardcore punk szubkultúra megjelenése Magyarországon

Magyarországra beszélgetőtársaim beszámolói szerint a nyolcvanas évek végén-kilencvenes évek elején jutott el a hardcore punk zene, elsősorban olyan személyek révén, akiknek lehetőségük nyílt külföldi hanghordozók beszerzésére, illetve elégséges nyelvtudással rendelkeztek ahhoz, hogy külföldi zenei szaklapokból értesüljenek a jelenségről. Lévény, hogy a hazai lemezboltok kínálatában hardcore punk zene az alacsony kereslet miatt ekkoriban nem nagyon szerepelt, a zene terjesztése főleg kazettamásolás útján, személyes kapcsolatok közvetítésével történt. Ettől függetlenül – sőt egyes beszélgetőtársaim szerint éppen az „elérhetetlenségből” fakadó különlegességérzet miatt – a kilencvenes évek közepére hazánkban is megalakultak az első hardcore punk együttesek,<sup>16</sup> és kialakultak olyan kisebb-nagyobb baráti társaságok, amelyeknek tagjai szabadidejük egy jelentős részét a hardcore punk zenéhez kapcsolódó tevékenységek (elsősorban koncertek) köré szervezték.

Magyarországon csak a kilencvenes évek végére-kétezres évek első felére alakult ki viszonylag stabil szubkulturális infrastruktúra,<sup>17</sup> és a résztvevők száma is ekkor növekedett meg jelentősebb mértékben. A látványosan megélénkülő hardcore punk közélet miatt sokan ezt az időszakot tartják a magyar színtér aranykorának. Fontos külföldi hardcore punk együttesek látogattak el hozzánk – ezzel mintegy bekapcsolva a magyar résztvevőket a globális hardcore punk közösségbe –, és a magyar együttesek<sup>18</sup> száma is megsokszorozódott. A magyar színtér decentralizálódott, és az addig központi szerepet játszó budapesti mellett ekkor már több vidéki színtér (elsősorban Szombathely, Eger és Szentes) is rendelkezett aktív együttesekkel és állandó hardcore punk közösséggel. Erre az időszakra tehető továbbá a straight edge komolyabb mértékű hazai meghonosodása, valamint a vegetáriánus és vegán táplálkozás népszerűségének ugrásszerű növekedése is. Az „aranykor” pezsgése többé-kevésbé már a múlté: a magyar színtér beszélgetőtársaim szerint (és saját észrevételeim is ezt mutatják) jelenleg inkább hanyatló korszakát éli, de ez természetesen nem jelenti azt, hogy ne lenne továbbra is igény a zenére és a helyi színterek nyújtotta közösségekre, és azt sem, hogy ne következhetne be újabb fellendülés (ahogyannak vannak is biztató jelei).

A hardcore punk zene és ethosz globalizációs folyamatok révén jutott el hazánkba, így a magyar színtér kialakulásában és fejlődésében kiemelt szerepet játszott (és játszik továbbra is) az, hogy a résztvevők mikor, hogyan és milyen információkhoz jutottak hozzá a szubkultúráról. Voltaképpen azt mondhatjuk, hogy minél többet tudtak meg arról, hogyan „kellene” működnie egy hardcore punk színtérnek, és minél több követhető modellt, illetve az övékétől eltérő értelmezést láttak maguk előtt, annál árnyaltabbá váltak saját elképzeléseik, és annál inkább idomult a magyar színtér a szubkultúrát globálisan jellemző sémákhoz.

---

16 Első generációként beszélgetőtársaim főleg az 1986-ban alakult Leukémiát, az 1987-ben alakult AMD-t és az 1992-ben alakult Sedative Banget említették.

17 Ekkor már létezett pár olyan szórakozóhely, amely rendszeresen helyet adott hardcore punk koncerteknek (pl. a szombathelyi Végállomás és a gödöllői Trafó), voltak több lapszámot megért fanzine-ek (pl. *Nyitott szemmel*, *Positive Front*, *Warning Again*) és kicsivel később DIY lemezkiadók (pl. *Honest for Truth*, *Kids Like Us Records*), a Sziget Fesztivál fellépői között voltak hardcore punk együttesek, és a lemezboltokban már hozzá lehetett jutni hardcore punk hanganyaghoz.

18 Néhány a kilencvenes évek második felében indult legjelentősebb együttesek közül: *HoldxTrue* (Budapest), *Burning Inside* (Budapest), *Newborn* (Budapest), *Dawncore* (Budapest), *Social Free Face* (Szombathely), *Liberal Youth* (Szombathely), *United Side* (Szombathely).



A hazai tömegmédiában tudomásom szerint a hardcore punk nem igazán kapott figyelmet – ellentétben például az emóval és a skinheaddel<sup>19</sup> –, így az nálunk nem szolgálhatott kiemelt információforrásként. A kilencvenes évek fentebb már említett forrásait – a „szájhagyományt”, a niche-médiát, illetve a szubkulturális mikromédia külföldi és hazai termékeit – a kétezres évek közepétől kezdték kiegészíteni az internet nyújtotta tájékoztatói lehetőségek.<sup>20</sup> A szubkulturális információkhoz és termékekhez való minden addiginál nagyobb hozzáférés, valamint a világháló nyújtotta új kapcsolatteremtési lehetőségek egyrészt az addigiaknál jóval nagyobb mértékben kapcsolták be a magyar színteret a nemzetközi hardcore punk vérkeringésbe (és ezzel annak működésére is hatással voltak), másrészt pedig mind a résztvevők, mind a kívüllátók számára könnyedén elérhetővé tettek olyan szubkulturális tartalmakat, amelyekhez addig csak komolyabb erőfeszítés árán lehetett hozzájutni.

Azt gondolhatnánk, hogy ez jelentősen megnövelte a hardcore punkok számát. Interjúim és az elmúlt évek során végzett résztvevő megfigyelés azonban nem ezt mutatják: a hozzáférés lehetősége nem feltétlenül von maga után számottevő közérdeklődést. Az interneten megjelenő szubkulturális tartalom önmagában nem befolyásolja jelentősen a résztvevők számát, a már „bennfentes” személyek részvételének módjára azonban sok szempontból hatással bír. Paul Hodkinson megállapításai (2002: 176–177, 2006) a brit gothok internethasználati szokásairól alapvetően a magyar hardcore punkok esetében is helytállóak: a hozzáférés nyitottsága ellenére az online szubkulturális tartalmakat továbbra is jellemzően azok keresik és használják, akik már rendelkeznek előismeretekkel az adott szubkulturáról, és tudatosan böngésznek újabb információk után.<sup>21</sup> Az ő esetükben az internet a releváns információk (pl. koncertek és egyéb közösségi események időpontjának) terjesztésével, valamint online ismerkedésre és offline találkozások megszervezésére alkalmas kommunikációs platformjaival a virtuális és a valós térben egyaránt hatékonyan erősíti a részvételt.

Adatközlőim kivétel nélkül mindannyian aktívan használják a világhálót szubkulturális célokra, beszélgetéseink során azonban kiderült, hogy egy részüknek ennek ellenére is fenntartásai vannak a használat egyes módjait és hatásait illetően. Megfigyeléseim szerint ennek hátterében azok az elvárások állnak, amelyeket a hitelesség eszménye támaszt a résztvevőkkel szemben.

---

19 Lásd Guld Ádám írását (2012) az emo hazai médiareprezentációjáról és Szántó Gábor riportkönyvét (1988), amely tanulságos kordokumentumát nyújtja a skinhead magyarországi felbukkanásának és médiavisszhangjának.

20 A KSH adataiból kiderül, hogy ebben az időszakban indult számottevő növekedésnek az internet-előfizetések száma ([http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_oni001.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oni001.html); letöltve: 2014. május 23.), a rendszeres internethasználók aránya ([https://www.ksh.hu/docs/hun/eurostat\\_tablak/tabl/tin00091.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/eurostat_tablak/tabl/tin00091.html); letöltve: 2014. május 23.) és a magyar háztartások infokommunikációs eszközökkel való ellátottsága ([http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_oni006.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oni006.html); letöltve: 2014. május 23.).

21 Eltérő esetről számolnak be Williams már említett munkái (2006, 2007, Williams és Copes 2005), amelyekből kiderül, hogy az Egyesült Államokban sokan nem a hardcore punk színtér résztvevőjeként, hanem kizárólag az interneten való tájékozódást követően válnak absztinenssé és kezdik el magukat straight edge-nek nevezni. Ehhez az is hozzájárulhat, hogy az amerikai köztudatnak elég régóta képezi részét a jelenség (még straight edge pankrátor is szerepel a televízióban), és viszonylag könnyű olyan előismereteket szerezni róla, amelyek a nem hardcore punk fiatalokat is további érdeklődésre sarkallhatják.

## A hitelesség hardcore punk eszménye

Minden szubkultúrához kapcsolódik egy egyezményes ideál, amely sűrített modelljét nyújtja annak, hogy milyen kritériumoknak kell megfelelni ahhoz, hogy valaki *hiteles* (mások szemében is teljes értékű) résztvevője legyen az adott szubkultúrának. Ennek a modellnek – amelyet a szubkultúra hivatkozási keretének fokozatos megismerésével, illetve személyes tapasztalatok útján lehetséges elsajátítani – normatív szerepe van. Meghatározza, hogy mi a szubkultúrában való részvétel helyénvaló módja, és ezáltal következetességet kölcsönöz a viselkedésnek és a gyakorlatoknak; ugyanakkor nem nyújt megmásíthatatlan szabályokat, hiszen időről időre, illetve szituációtól függően tartalma módosulhat (részletesebben lásd Williams 2011: 126–145).

A hitelesség eszménye a státuszhierarchia alakulásában is szerepet játszik: a szubkultúra-résztvevők egyebek mellett annak alapján pozicionálják magukat és társaikat, hogy ki mennyire képes viselkedésében, világlátásában, gyakorlataiban eredményesen reprodukálni az egyezményes ideált. Ahhoz, hogy valakit hiteles hardcore punknak tartsanak, tartózkodnia kell azoktól a viselkedésmódoktól, amelyeket a hitelesség eszménye nem hagy jóvá, és produkálnia kell azokat, amelyeket előírányoz.<sup>22</sup>

A hardcore punk szubkultúra esetében megfigyeléseim szerint hazánkban az *underground*<sup>23</sup> és a *mainstream* fogalma áll a hitelesség eszményének középpontjában. A hardcore punk legfontosabb sajátossága adatközlőim szerint az underground jelleg – olyannyira, hogy a kifejezést gyakran a *hardcore punk* szinonimájaként használják –, vagyis hogy tudatosan igyekszik láthatatlan maradni a szélesebb társadalom, és azon belül is leginkább a résztvevők által mainstreamként definiált ifjúsági kultúra számára. Ennek megfelelően egy szintér működését akkor tartják helyénvalónak, ha az kellőképpen undergroundnak tűnik, ehhez pedig az is szükséges, hogy a résztvevők tartózkodjanak a mainstream ifjúsági kultúrához társított viselkedésmódoktól. A két fogalomhoz kapcsolt képzetek gyakorlatilag megfeleltethetők a hitelesség, a helyénvaló részvétel, illetve a hiteltelen, nem helyénvaló részvétel kritériumainak, és egyúttal a *valódinak* ítélt hardcore punkok körének kijelölésével a státuszhierarchia alakulásában is közreműködnek.<sup>24</sup>

22 Ez az ideál kézzelfogható formában inkább speciális alkalmakkor mutatkozik meg (pl. dalszövegekben), de interjúkészítés közben bizonyos kérdések kapcsán a megnyilatkozások tartalma és formája is árulkodhat róla. Különösen alkalmasnak bizonyultak a hitelesség eszményének megragadására a magyar szintér működésével kapcsolatos beszélgetések, amelyek az esetek számottevő részében a szintér kritikájába torkolltak. Amikor részletesebben is kérdezősködtem arról, hogy beszélgetőtársaim miben látják a problémák nyitját, és hogy ideális esetben hogyan kellene működnie a szintérnek, illetve hogyan kellene viselkedniük a résztvevőknek, meglehetősen sematikus, visszatérő motívumokban bővelkedő válaszokat kaptam. Megállapításaik észrevételeim szerint nem feltétlenül az egyéni véleményüket mutatják (bár kétségtelen, hogy erre is volt példa), sőt még csak nem is feltétlenül tükrözik a szintér valós állapotát: inkább egy olyan mögöttes „rendszer” kivételéseinek tűntek, amelyek értelmében létezik egy bevett és helyénvaló módja annak, hogy hogyan kell ezekről a témákról megnyilatkozni.

23 A fogalom tudományos meghatározásáról lásd Tófalvy (2012).

24 Amikor adott szituációban egy személy hitelessége a kérdés, vagyis az, hogy mennyire felel meg az illető az egyezményes elvárásoknak, alapvetően ezek a képzetegyüttesek képezik a mérlegelés alapját. Tulajdonképpen egy képzeletbeli skála két végpontjaként (mainstream vs. underground) kell őket elképzelni, amelyek között mindenkor viselkedésének függvényében hol erre, hol arra mozdul a személy pozíciója és szubkulturális státusza. Ez nem azt jelenti, hogy a hardcore punkok mindig és kizárólag ezek alapján ítélik meg társaik viselkedését – egy ehhez hasonló állítás nem felel meg a valóságnak –, de úgy tapasztaltam, hogy ezek a kritériumok erősen hatnak a hitelesség megítélésére.

Az interjúkban elhangzottakat röviden összegezve beszélgetőtársaim a megfelelően (underground módon) működő hardcore punk színteret egy olyan közösségként képzelik el, amely közvetlen személyes kapcsolatokon alapul, és ahol a hardcore punk ethosznak megfelelően a DIY szellemiség uralja a szubkulturális gyakorlatokat. Egy hiteles színtér résztvevői aktív és fejlődőképes közösséget alkotnak, amelynek tagjait közös érdeklődésük és hasonló értékrendjük formálja családhoz hasonlatos, elfogadáson és tolerancián alapuló egységgé. Az optimálisan működő színtér szerveződése spontán – némi lelkesedéssel és elkötelezettséggel megmaradásához bárki hozzájárulhat –, középpontjában pedig a tudatos lázadás legfőbb eszközeként a zene és annak mondanivalója áll. Néhány további kritériummal kiegészülve ugyanezek a képzetek alkotják az egyéni hitelesség körvonalait: azok a személyek, akik színterüket az underground kultúra fenntartásában a lehető legváltozatosabb módokon (pl. zenészként, koncertszervezőként, fanzine-szerkesztőként és/vagy rendszeres koncertlátogatóként) aktívan segítik, akik saját életük terén tudatosnak, a társadalom problémái és visszásságai iránt pedig fogékonyak mutatkoznak, valamint elkötelezettségüket a színtéren töltött éveikkel és folyamatos jelenlétükkel bizonyítják, általános megbecsültségnek örvendenek.

Mindezzel szemben beszélgetőtársaim a hitelesség hiányaként könyvelik el, ha egy színtér túl sokat mutat azokból a sajátosságokból, amelyek szerintük a mainstream ifjúsági kultúrát jellemzik: ha működése megtervezett, és a fogyasztásra, valamint a profitra irányul; ha a stílust és a látványos külsőségeket állítja középpontba; ha résztvevőinek felszínes és ideiglenes ismerettségéből nem bontakozik ki együttműködő és fejlődőképes közösség. A hitelesség kritériumait nem teljesítő személyek adatközlőim szerint eltúlzottan törekednek a hitelesség kritériumainak teljesítésére (ezzel igazolván, hogy a hardcore punk szellemiség helyett érdeklődésük inkább a státusszerzésre irányul), és ennek érdekében hajlamosak arra, hogy főként lexikális, nem tapasztalati úton szerzett tudásukkal és többnyire felszínes, ám jól hangzó kapcsolataikkal kérkedjenek. Hiteltelennek tartják továbbá azokat a személyeket, akik előszeretettel ítélik meg mások viselkedése felett (ezzel pedig konfliktust szítanak és útját állják a színtér fejlődésének), akik túlzott igekezettel és pénzbefektetéssel szerzik be a „kötelező” szubkulturális termékeket,<sup>25</sup> és akiknek jelenléte érezhetően átmeneti, vagyis csak szavaikban hardcore punkok, tetteikkel azonban kevésbé segítik a színteret.

A hitelesség eszménye a „valódi” hardcore punkká válás menetét is kijelöli. Ennek során fontos szerepet játszik a hardcore punk szubkultúra hivatkozási keretének és normáinak megismerése, jellegzetes gyakorlatainak elsajátítása, és a szellemiségével való hosszú távra szóló azonosulás. Az ideiglenes és felszínes érdeklődés mindehhez nem elég: a köztisztelőben álló hardcore punk „legendák” jellemzően olyan, főleg a harmincas éveiket taposó személyek, akik még mindig részt vesznek a színtér életében, és a múltban is bizonyíthatóan sokat tettek azért. A színtér életében való aktív és lehetőség szerint konstruktív részvételt, az *ottlét* révén való élménygyűjtést, a személyes kapcsolatok ápolását, a szolidaritás és az egység kinyilvánítását (pl. jótékonyági koncertek alkalmával),<sup>26</sup> továbbá a kutatási kedvet és az utánajárássra való hajlandóságot a hitelesség szempontjából minden adatközlőm elsődleges jelentőségűnek véli, ezek ugyanis az elkötelezettséget bizonyítják.

25 Például drága és az aktuális divattrendeket követő vegán edzőcipőt viselnek.

26 Az utóbbi években több alkalommal is előfordult, hogy a budapesti színtér koncertet rendezett egy-egy résztvevő megsegítésére (2012-ben egy társuk vegán büféjének megmentésére, 2013-ban a színtér egy közismert alakjának gyógykezelésére gyűjtöttek).

Hazánkban az internethasználat általánossá válása előtt a személyes kapcsolatok, a koncertek, a fanzine-ek, a poszterek és a röplapok, a külföldi és hazai zenei magazinok, az angolul tudók számára a dalszövegek (mások számára a fanzine-ekben található dalszövegfordítások), és kisebb részben a televízió (pl. a Music Television *120 Minutes* című késő esti, rétegzeneket játszó blokkja) voltak a hardcore punkról szóló információk főbb forrásai. A kilencvenes években ezek közül a koncertek járultak hozzá leginkább a magyar színtér személyi állományának bővüléséhez:

V. Á.: Arra emlékszel egyébként, hogy mi volt az első hardcore-ral kapcsolatos élményed?

Andor:<sup>27</sup> Hát a Metal Hammer Hungarica jut eszembe, abban, abban volt... de az első igazán meghatározó élményem az az volt, hogy elmentünk egy nagyon rossz koncertre, egy zalaegerszegi zenekarnak a koncertjére, és akkor néhány fiú ott azt kiabálgatta be, hogy Agnostic Front [ismert New York-i hardcore punk együttes] és hogy hardcore. És nekem ők sokkal szimpatikusabbak voltak, mint azok az emberek, akik erre a rossz zenére táncikáltak, és azt hiszem, hogy ez. És velük később össze is barátkoztam. (2011)

A magyar hardcore punkok első generációjába sorolható beszélgetőtársaim többsége az interneten való tájékozódásról – ami nekik szubkulturális pályafutásuk kezdetén még nem adatott meg – meglehetősen negatívan vélekedik, és bár legtöbbjük maga is használja a világhálót szubkulturális célokra, a személyességnek és a közvetlenségnek ők jellemzően a megszokottnál is nagyobb értéket tulajdonítanak. A velük folytatott beszélgetések egyik központi témája általában (és magától értetődően) a kilencvenes évek végének-kétezres évek első felének „hőskora,” amelyet a küzdelem és a teremtés mítosza leng körül, és amelynek az információhoz való hozzájutás nehézségei, valamint a színtér alapjainak lerakása érdekében tett *erőfeszítések* kölcsönöznek különös jelentőséget. Az utólagos magyarázatok szerint ez az időszak adott teret a DIY szellemiség legtisztább hazai megnyilvánulásainak, hiszen az első generáció anélkül teremtette meg a színtér létrejöttének feltételeit, hogy rendelkezésre állt volna információ vagy bármely egyéb természetű segítséget nyújtó eszköz – például az internet. Mindezek következtében (és persze cseppnyi nosztalgiával) idősebb beszélgetőtársaim alapvetően a kilencvenes évek színterét tartják a hiteles működés etalonjának:

András: Mi a kilencvenes években, amikor nem volt internet, nem volt mobiltelefon, nem volt semmi, úgy kezdtünk el ezzel foglalkozni, hogy pár fénymásolt hogyishívják, lemezborító a kezünkbe került, és akkor azzal kipsztereztük magunkat, és mondom, 15–16 évesek voltunk...

István: Szerintem az volt a hardcore. (2010)

Napjainkban a világháló formájában egy olyan, minden eddigénél hatékonyabb közvetítő-eszköz és minden eddigénél kevesebb idő- és energiabefektetést igénylő információforrás áll a hardcore punkok rendelkezésre, amelynek térhódításához az első generáció előszeretettel társítja a személyesség, a közvetlen kapcsolatok jelentőségének csökkenését, és ezzel párhuzamosan a színtér hitelességének hanyatlását.

Ahogy arra az előzőekben már utaltam, a közvetlenség és a személyes jelenlét (a közösiség megtapasztalásának optimális módjaként) szorosan összefonódik a hardcore punk ethosszal, és minden bizonnyal összefüggésben áll a jelenség létrejöttének körülményeivel.

---

27 Beszélgetőtársaim nevét anonimitásuk érdekében megváltoztattam.

A DIY szellemiség és az underground működési logika megköveteli, hogy a hardcore punkok közvetítő nélkül, maguk termeljék ki kultúrájukat, így ugyanis közösségi ellenőrzés alatt tudják azt tartani, és meggyőződésük szerint meg tudják őrizni annak függetlenségét. Az alábbi interjúrészlet – amelyben beszélgetőtársaim a múlt és a jelen lehetőségeinek összevetésével érvelnek amellett, hogy a gyors és könnyű hozzáférés csökkenti a személyesség jelentőségét – kiválóan összefoglalja az internet használatát a hitelesség hanyatlásához kapcsolódó diskurzus logikáját:

András: Az egy jó időszak volt, érted? [A kilencvenes évekről beszél.] Akkor annyit tudtunk a straight edge-ről körülbelül, hogy igen, nem dohányzik, nem iszik, van egy X, ezzel megjelöljük,<sup>28</sup> és ennyi.

V. Á.: És honnan tájékoztatók akkoriban?

András: Mondom, ennyi.

István: Én koncerteken hallottam, idősebb arcoktól. Akik már kapcsolatba kerültek ezzel korábban...

V. Á.: De hol? Hol kerültek vele kapcsolatba?

István: T., ő például egy központi figurája volt Budapesten, aki tényleg másolta a kazettákat orrba-szájba. Nem volt olyan, hogy letöltés; a legjobb dolgokat átvette nekem, kazettamásolás ezerrel, és ez így terjedt. Ha belegondolsz, elég csodálatos dolog, hogy Amerikából olyan kicsi zenekarok, mint amik ott kicsinek számítanak, eljutnak Európába, és bár nincsen... meg tényleg semmit nem tudsz róla, de egy-két ember elmondja, hogy miről van szó, és végül is innen tájékozódsz. Most már az internetről leszedheted. Az a baj, hogy rengeteg hülyeség jön vele.

András: Most itt az internet, és tök könnyen betáplálsz valamit, és megkapod az információkat. És te betanulod, mint valami házi feladatot, és utána mehetsz a crew-ba,<sup>29</sup> a csoportodba, és mondhatod, hogy na, tudad, hogy ez van? És onnantól kezdve egy ilyen kis egoista barom lesz, mert lexikális tudásod van. Míg ott van egy másik ember, aki szintén begyűjt minden zenét, mert szereti a zenét, de le se szarja, hogy éppen annak a tagnak mi volt a neve. Vagy hogy az adott album negyedik számának mi a címe. Nem az számít. Baromira nem az számít. Hová kocsorsult el a hardcore?

István: Így van. Nem megyünk ki már Csepelre, mert messze van.

András: Mi régen másfél órát utazgattunk, csak azért, hogy elmenjünk egy klubba. (2010)

Az idősebb résztvevők preconcepciói ellenére a fiatalabb (elsősorban huszonévesekből álló) generáció tagjai úgyszintén a kilencvenes évek végének pezsgő szubkulturális közéletét tekintik etalonnak, és lehetőségeikhez mérten igyekeznek is annak példáját követni kapcsolatok építésével, események szervezésével, klasszikus nyomtatott fanzine-ek szerkesztésével, kiadók működtetésével és koncertek látogatásával. Megfigyeléseim szerint számukra is éppen olyan fontosak azok az események, amelyek alkalmával lehetőségük nyílik társas formá-

28 Az X jel szimbolikájáról lásd Wood (2006: 113–129).

29 Crew-nak a kisebb-nagyobb hardcore punk baráti társaságokat, csoportosulásokat nevezik (pl. a Lower East Side Crew a New York-i szintér egyik csapata). Hazánkban a kifejezés és a hozzá kapcsolódó csoportszerveződési forma is csak kevésbé terjedt el.

ban is megélni választott identitásukat, így a személyesség valójában nem veszítette el a jelentőségét. Mindemellett azonban ők azt a generációt képviselik, amelynek tagjai szinte már gyermek éveiktől kezdve hétköznapijaik magától értetődő részeként használják a világhálót, így értelemszerűen ők hitelesség és internethasználat összefüggéseiről is másként vélekednek, mint az őket megelőző generáció tagjai.

Közülük is többen használják azt a diskurzust, amelynek értelmében az internet felszínessé teheti a hardcore punkot (ennek továbbra is nagy tekintélye van, így alkalmazása ön-reprezentációs szempontból is előnyös lehet), de őket általában nem a túlságosan gyors és erőfeszítéstől mentes információszerzés aggasztja, hanem az a lehetőség, hogy a világháló nyújtotta nyilvánosság esetleg a szubkultúra szempontjából káros popularizálódáshoz, az underground jelleg – és ezzel az exkluzivitás – elvesztéséhez vezethet:

V. Á.: Nem öli meg egy kicsit a net ezt a DIY jelleget?

Áron: Nem. Megmondom, miért. Most hogyha nagyon bele akarunk menni a DIY-ba, akkor... szerintem az is DIY, hogy egy zenekar saját maga összerakja a borítóját, saját maga elintézi, hogy ki legyen nyomtatva. Például a crust<sup>30</sup> borítók között nagyon sok az olyan borító, amit saját kézzel rajzolnak, érted. [...] Szerintem az internet nem öli meg a DIY-t, mert sokan tudnak neked segítséget nyújtani, hogyha valami problémád van. [...] Annyiban öli meg az internet, ha már elkezdi a zenekarokat populárisrá tenni. (2011)

A körülmények változása, nevezetesen a világháló megkerülhetetlenné válása és az éppen zajló generációváltás új megvilágításba helyezi internet és hitelesség kérdését. A „csináld magad” szemléletű kultúrateremtés a kilencvenes évek magyar színterén a szűkös lehetőségek miatt még egészen mást jelentett, mint manapság, amikor a világháló lehetővé teszi a személyes találkozás nélküli kapcsolatteremtést, kész információkhoz és termékekhez biztosít gyors és széles körű hozzáférést, és jelentősen megkönnyíti a színtér életének szervezését. Míg az első generáció tagjai saját tapasztalataikból fakadóan a hitelesség szempontjából jóval nagyobbra értékelik a személyességet és az információszerzés hagyományos módjait, mint az internet nyújtotta lehetőségeket, addig az Y generáció képviselői számára ez a hierarchia már nem releváns, sőt komoly önellentmondást jelentene, ha az internethasználat dominanciáját ők is a hiteltelen viselkedéshez társítanák. Ahogyan azt a fenti interjúrészlet is mutatja, a fiatalabbak is úgy vélik, hogy az internet bizonyos szempontból veszélyezteti szubkultúrájuk integritását, de a hálózati társadalom gyermekeiként ők módosítanak az előző generáció diskurzusán, és a világhálót a személyes cselekvés meghosszabbításaként, a szubkultúra és a színtér javára fordítható eszközként értelmezik.

## Internethasználat szubkulturális célokra

### *Információcsere*

Ahogyan azt már többször is hangsúlyoztam, a világháló térhódítása hazánkban ugrás-szerűen megnövelte a hardcore punkról szóló információkhoz való hozzáférést, valamint

30 A hardcore punk és az extrém metál elemeinek keveredéséből származó műfaj.

a szubkultúrához és a magyar színtérhez kapcsolódó információteremtés lehetőségeit. Az online szubkulturális tartalmak elérésének ma már szinte alig vannak korlátai (legfeljebb a nyelvtudás hiányosságai okozhatnak nehézséget, és valószínűleg ez is csak a szöveges tartalmakra vonatkozik), a tartalomteremtésre pedig gyakorlatilag bárkinek lehetősége van, aki rendelkezik internetkapcsolattal.

Minimális kutatómunkával rengeteg ismeretterjesztő és tudományos írást, cikket és publicisztikát lehetséges átböngészni a világhálón (már magyar nyelven is),<sup>31</sup> és beszélgetőtársaim többsége rendszeresen keresi és olvassa ezeket a tartalmakat.<sup>32</sup> A megtekintéshez regisztrációt nem követelő fórumok<sup>33</sup> és blogok, valamint a regisztrációt igénylő Facebook közösségi oldal (amelyen minden interjúalanyom rendelkezik felhasználói profillal) szintén gyakran szolgálják a szubkultúra-résztvevők tájékozódását, hiszen ezeken a felületeken kíváloan nyomon követhetők a színtér kisebb-nagyobb történései.

A szöveges információhordozók egy speciális és különösen fontos kategóriáját képezik a dalszövegek, amelyek tartalmuknál fogva a hardcore punk ethosz leghatékonyabb közvetítői közé tartoznak. Jelentőségüket nem lehet eléggé hangsúlyozni:<sup>34</sup> a szövegek diskurzusokat tolmácsolnak, véleményformáló hatásúak, szerepet játszanak a szubkulturális identitás alakulásában,<sup>35</sup> befolyásolhatják az elkötelezettség mértékét, és hírt adhatnak a színtér életének fontosabb eseményeiről is.<sup>36</sup> Míg azelőtt leginkább a hanganyagokhoz csatolt nyomtatott szövegek könyvekben és fanzine-ekben lehetett dalszövegeket olvasni, addig ma már önálló portálok foglalkoznak azok összegyűjtésével és rendszerezésével, jelentősen megkönnyítve ezzel az érdeklődők dolgát.

Mindemellett nem feledkezhetünk meg arról sem, hogy a világháló nem csak szöveges, hanem vizuális tartalommal is szolgál. A vizuális tartalmak nem csak információt közvetítenek, hanem önmagukban is információértékkel bírnak, hiszen a megtekintőt közvetett módon a hardcore punk vizuális kultúra jellegzetességeivel is megismertetik. A YouTube-on és a hozzá hasonló egyéb videomegosztó portálokon koncertek, interjúk és videoklipek tekinthetők meg, a felvételekhez csatolható hozzászólások pedig virtuális kommunikációt is lehetővé tesznek. A hardcore punkról és a straight edge-ről készült dokumentumfilmek egy része szintén fellelhető és teljes terjedelmében megtekinthető a világhálón.<sup>37</sup> Mivel ezek általában a szubkultúra történetét, jelentős képviselőit, legfontosabb sajátosságait tekintik át, hozzájárulnak többek között a hitelességhez szükséges történelmi tudás – illetve általában véve az ethosz – elsajátításához, valamint a szöveges forrásokhoz hasonlóan szintén szolgálhatnak

31 Lásd például ezt a lemezkritikával egybekötött kiváló és igen részletes történelmi összefoglalót a magyar színterről: <http://jobbklikk.hu/index.php?Cikk=738> (letöltve: 2013. július 12.).

32 Egyikükkel például alkalmam nyílt beszélgetni Ross Haenfler monográfiájáról (2006) is, amelyet az online könyvvásárlás lehetőségének köszönhetően éppen egy időben olvastunk. A különféle online írásokhoz való hozzáférésnek megfigyeléseim szerint „visszatérítő” hatása lehet: gyakran fordult elő, hogy interjúalanyaim általam is ismert és a világhálón is fellelhető szövegekre és szakirodalomra hivatkoztak egy-egy adott kérdés kapcsán.

33 Hazánkban a hardcore punkkal kapcsolatos hírekben és fórumokban bővelkedő Punk Portál ([www.punkportal.hu](http://www.punkportal.hu); letöltve: 2014. május 20.) mondható az egyik leggyakrabban látogatott oldalnak.

34 Maga a straight edge is két dalszöveg nyomán született (Haenfler 2006: 7).

35 Több adatközlőm is említette például, hogy absztinenssé válásukban nagy szerepe volt az egyik legnépszerűbb magyar straight edge együttes, a HoldxTrue dalszövegeinek.

36 Például egy-egy színtéren belüli véleménykülönbség megzenésítésével.

37 *American Hardcore* (2006): <http://documentarylovers.com/american-hardcore/> (letöltve: 2013. július 30.); *National Geographic – Inside Straight Edge* (2008): <http://www.youtube.com/watch?v=2xowgdETqEw> (letöltve: 2013. július 30.); *Absztinens lázadás* (2000): <http://www.youtube.com/watch?v=qJDV6oBOTk4> (letöltve: 2011. március 6.).

egyfajta hivatkozási alapként. A keresőprogramok által listázott képanyag és videók ezenfelül öltözködésre (és a hardcore punk megjelenés jellemző elemét képező tetoválásokra) vonatkozó modelleket közvetítenek, sőt egyes videoklipek<sup>38</sup> és koncertfelvételek még a *mosh*nak nevezett hardcore punk tánc jellegzetes mozdulatairól is informálják a megtekintőt.

A világhálót beszélgetőtársaim egy része tájékozódáson felül információterjesztésre is használja. A közösségi események promóciója például ma már szinte kizárólag interneten, elsősorban hardcore punk fórumok és a Facebook segítségével történik (bár időnként azért még nyomtatott plakáttal vagy röplappal is lehet találkozni).

A DIY szellemiségben működő független hardcore punk kiadók szintén gyakran élnek a világháló nyújtotta marketingeszközökkel: magyar és külföldi blogokon, fórumokon, közösségi oldalakon reklámozzák a gondozásukban megjelenő hanganyagot, ami az egyébként nem túl jövedelmező kiadói tevékenység egyéb költségei mellett ingyenességével igazán kedvező lehetőségnek számít. Az, hogy a világháló gyakorlatilag nem ismer távolságokat és országhatárokat, nem csak a hanganyagok promócióját mozdítja előre, hanem a színterek közötti kapcsolatok építését is: lehetővé teszi, hogy magyar kiadók ne csak magyar együttesek zenéjét forgalmazhassák, és hogy külföldi kiadók is felfedezhessenek magyar együtteseket. Az online kapcsolattartás lehetősége és a különböző digitális technológiák (például a hanganyag fájlba tömörítése) a kiadás egyéb fázisait is gördülékenyebbé teszik.

A klasszikus nyomtatott fanzine-ek mellett már hazai résztvevők szerkesztésében készülő webzine-ek<sup>39</sup> is léteznek. Ezek a közvetítőfelület sajátosságai miatt formai szempontból ugyan más látványt nyújtanak, mint nyomtatott elődeik, de tartalmukat tekintve megőrzi a műfaj alapvonásait: interjúkat, híreket, koncert- és lemezajánlókat, kritikákat, szubjektív írásokat, beszámolókat, társadalmi kérdésekkel foglalkozó cikkeket közölnek, és azokat a világháló nyújtotta egyéb eszközökkel (linkek és videók beszúrásával, közösségi oldalakon való megosztáshoz használható ikonokkal) egészítik ki. Előfordul az is, hogy a nyomtatott fanzine-t, amelyhez alapesetben koncertek alkalmával vagy online megrendelést követően postai úton lehet hozzájutni, a szerkesztők a világhálón is elérhetővé és ingyenesen letölthetővé teszik.<sup>40</sup>

### *Szubkulturális termékek cseréje*

Az internetet sokan használják szubkulturális termékek, elsősorban hardcore punk zene beszerzésére is. Különböző fájlcsereelő oldalakról digitális formában rengeteg együttes zenéje tölthető le, de a videomegosztókön ezek egy része letöltés nélkül is bármikor meghallgatható. Előfordul, hogy maga az együttes teszi letölthetővé a hanganyagot, a zenészi tevékenység lényege a hardcore punk esetében ugyanis nem a profit, és bár a zenészek nyilván örülnek, ha közönségük pénzt is ad a munkáikért, valójában kevésbé számít, hogy fizet-e a hallgatóság.<sup>41</sup> Ettől függetlenül a hanganyagok megvásárlása az elkötelezettség megnyilvánulásának és a

38 Például a Sick of It All Step Down című dalához készült klipje: [http://www.youtube.com/watch?v=9fvu951up\\_0](http://www.youtube.com/watch?v=9fvu951up_0) (letöltve: 2014. május 20.).

39 Kimondottan online olvasásra szerkesztett fanzine-ek, például: <http://agyampokla.blog.hu/> (letöltve: 2013. szeptember 19.).

40 Például: *Árvízi Hajós* (Veszprém) – <http://positivemindvp.blogspot.hu/p/arvizi-hajos-fanzine.html> (letöltve: 2011. június 28.), *Deerheart* (Pécs) – <http://issuu.com/deerheart> (letöltve: 2013. március 19.).

41 A hazai hardcore punk együttesek egyébként igen kedvező árat szabnak zenéjüknek: tudomásom szerint átlagosan 1000–2000 forintért lehet hozzájutni CD-khez, az ismét népszerű kazetták pedig még ennél is olcsóbbak.



színtér támogatásának minősül (a gyűjtés legalább ennyire fontos élményéről nem is beszélve), így a letöltött zenével szemben továbbra is a fizikai formában is birtokolható, kiadótól/együttestől rendelt, vagy személyesen, koncerten vásárolt hanghordozók élveznek előnyt.<sup>42</sup>

A vinillemezek (közismertebb nevükön bakelitek) különösen megbecsült hanghordozónak számítanak, és mivel hazánkban a koncertek alkalmával felállított standoknál (disztróknál)<sup>43</sup> csak ritkán árulják őket, a gyűjtők dolgát jelentősen megkönnyítik azok az online felületek (webshopok, adásvételre specializálódott fórumok, kiadói honlapok), ahol meg tudják rendelni maguknak a vágyott lemezeket.

Online megrendelés útján a hardcore punk szubkultúrához kapcsolódó ruhadarabokat – például egy-egy színtér vagy együttes nevét és logóját ábrázoló pólókat és pulóvereket – is be lehet szerezni. Magyarországon azért élnek sokan ezzel a lehetőséggel, mert nálunk ilyesmihez továbbra is csak ritkán lehet boltokban hozzájutni. A hanghordozókon és ruhadarabokon kívül időnként egyéb termékek online adásvétele is előfordul: találkoztam olyan interjúalannal is, aki straight edge-ről szóló dokumentumfilmet és kötetet is rendelt már a világhálón.

Mindezen lehetőségektől függetlenül a szubkulturális termékekhez való hozzájutás klaszikus formái is továbbélnek. Szinte minden koncert alkalmával lehet vásárolni a fellépőkhöz (vagy esetenként jelen nem lévő, de a disztró működtetőjével vagy a fellépő együttesel kapcsolatban álló együttesekhez) köthető hanganyagot, pólókat, matricákat, és esetenként fanzine-eket is.<sup>44</sup> A személyesen szerzett termékeknek különös jelentőséget kölcsönözhetnek megszerzésük körülményei, például egy meghatározó koncertélmény.

### *A közösségi élet szervezése*

A világháló jelentősen megkönnyíti a közösségi élet szervezését, hiszen rövid idő alatt rengeteg emberhez képes célzott információkat közvetlenül eljuttatni. Ahogyan azt már említettem, utóbbi célra a szervezők és a zenekarok napjainkban leggyakrabban Facebook-üzenőfalakat, valamint olyan fórumokat (pl. Punk Portál, Nuskull)<sup>45</sup> használnak, ahol sok potenciális érdeklődőhöz juthat el az események híre.

A Facebook olyan opciókat is a felhasználók rendelkezésére bocsát, amelyek különösen hatékonyra tehetik az információátadást. Az oldalon nem csak személyek, hanem közösségek is létrehozhatnak maguknak olyan, a csoport tagjait virtuálisan összekapcsoló profilt, amely minden résztvevő számára láthatóvá teszi a közös üzenőfalra posztolt tartalmakat (nyílt csoport esetében ezeket bárki láthatja, és a csoporthoz is bárki megkötés nélkül csatlakozhat).<sup>46</sup> A meghirdetett eseményekre lehetséges közvetlen meghívást is küldeni az ismerősöknek (akár kijelölt célcsoportnak is), akik aztán a *megosztás* opció használatával

42 Előfordul, hogy csak a megvásárlást megelőző „tesztelés” céljával, vagy praktikus okokból töltik le a hanganyagot (például azért, hogy a letöltő egy mp3-lejátszón vagy telefonon is meg tudja azt hallgatni).

43 A kifejezés az angol *distribution*, azaz *elosztás*, *szétoztás* szóból származik.

44 A disztrók működtetői időnként árut cserélnek egymással, így egymás holmiját is terjesztik, az ebből befolyó összeget pedig visszajuttatják a zenekarhoz, a szervezőhöz vagy a kiadóhoz, attól függően, hogy éppen miféle termék kelt el.

45 <http://nuskull.hu/> (letöltve: 2013. szeptember 10.).

46 Az egri és a szombathelyi színtér például rendelkezik saját profillal, így esetükben a világháló a helyi közösségi élet szervezését is segíti. Szórakozóhelyek szintén létesíthetnek profilt: a hardcore punk eseményeknek rendszeresen helyet adó budapesti Dürer Kert például szintén a Facebookon hirdeti rendezvényeit.

másoknak is továbbíthatják az információkat. Az üzenőfalak további előnye abban rejlik, hogy közvetlen kommunikációt és azonnali visszacsatolást tesznek lehetővé, így párbeszéd bontakozhat ki a csoport tagjai között.

A virtuális kommunikációnak a koncertszervezés első fázisában is fontos szerepe van: a fellépők – főleg ha nem ugyanazon a helyi szinten tevékenykednek – gyakran üzenetváltások révén kerülnek kapcsolatba a szervezőkkel és egymással. Ugyanez érvényes a nemzetközi turnékra is, amelyeknek időtartamát és útvonalát az esetek túlnyomó részében nem az együttes ismertsége, hanem annak külföldi kapcsolatai határozzák meg. A zenekarok többsége benzinpénzért lép fel, és általában a helyi szintér szervezőbrigádja biztosítja a tagok elszállásolását és étkezését, mindezek egyeztetéséhez viszont elengedhetetlen az e-mailben és közösségi oldalakon való előzetes ismerkedés és tájékozódás.

A közösségi portálok egyes sajátosságai a közösségi élet egyéb aspektusaira is hatással lehetnek. A Facebookon az ismerősök listája és az üzenőfalakra posztolt tartalmak révén feltérképezhetők egy-egy személy vagy együttes online formában is vállalt kapcsolatai, szimpátiái és unszimpatái, zenei és ideológiai preferenciái. A közösségi oldalakon alkotott profilok rengeteg kiegészítő információt hordozhatnak, és a megtekintők részéről könnyedén eredményezhetnek olyan preconcepciókat, amelyeknek jelentőségük lehet egy koncert megszervezésénél (nem csak együttműködés következhet belőlük, hanem akár elutasítás is),<sup>47</sup> sőt, akár a hitelesség megítélésében is.<sup>48</sup> Mindenképpen azt mondhatjuk tehát, hogy a virtuális és a valós kapcsolatok kölcsönhatásban állnak egymással.

A Facebook üzenőfalain kívül a fórumok biztosítanak lehetőséget közvetlen csoportos kommunikációra. Bár ezeket más, a fentiekben már említett funkciókban – például alternatív hirdetőfalként – is használják a szubkultúra-résztevők, a fórumok megfigyeléseim szerint inkább a közbeszéd virtuális tereinek mondhatók: kijelölt témák mentén szerveződő (és ezzel a beszélgetésnek vezérfonalat is adó) üzenőfalaikkal normák megvitatását, vélemények ütköztetését, érdeklődési körök kibeszélését, pletykák megtárgyalását teszik lehetővé.

## Összegzés

Az elmúlt évtized során az internet hazánkban is rohamos gyorsasággal vált a hardcore punk szintér mindennapjainak szerves és igen fontos részévé, és ez nem csak a résztvevők szubkulturális gyakorlatainak, hanem a világháló használatával kapcsolatos diskurzusokon is nyomott hagyott. Az első generációs hardcore punkok, akik a kilencvenes évek viszonylagos információinségét is megtapasztalták, általában a személyesség és az erőfeszítés háttérbe szorulását, az elkötelezettség és a hitelesség csökkenését társítják az internet térhódításához – annak ellenére, hogy azt maguk is aktívan használják szubkulturális célokra. A fiatalabb generáció tagjaiban (akik már a hálózati társadalom korában váltak résztvevőkké) a hitelesség kérdése ebben a tekintetben jellemzően kisebb súllyal merül fel: ők inkább a DIY szelle-

---

<sup>47</sup> Tudomásomra jutott például olyan eset, amikor a koncertet az egyik fellépő együttes azért mondta le, mert fellépőtársukról a Facebook segítségével kiderült, hogy ismeretségben áll és korábban fel is lépett egy szélsőjobboldali elveket valló együttesrel.

<sup>48</sup> Előfordult már, hogy a Facebook felületére feltöltött fotók pletykalavinát indítottak meg, és ez végül azt eredményezte, hogy az érintett – korábban ráadásul nagy presztízsnek örvendő – személy eltávolodott a szintértől.

miséggű kultúrateremtés új eszközét látják a világhálóban, és tudatosan igyekeznek a benne rejlő lehetőségeket a színtér javára fordítani.

Ebből a szempontból az internet legfontosabb funkciójának a *mozgósítás*, vagyis a valós térben zajló közösségi élet előremozdítása tűnik. Az idősebb generáció kételyeinek ellenére ugyanis a virtualitás beszüremlése a színtér életébe nem vezetett a személyes jelenlét jelentőségének csökkenéséhez: pusztán a képernyő előtt ülve továbbra sem válhat senki hiteles hardcore punkká. A világháló ugyanakkor sok tekintetben mégis új távlatokat nyit meg a hardcore punk identitás megélése előtt: azzal, hogy a személyes találkozásokon túl is alkalmat nyújt a szubkulturális identitás aktiválódására, sok szempontból tágitja a részvétel lehetőségének kereteit. Ugyanilyen hatással van a szubkulturális gyakorlatokra: azon felül, hogy jelentősen gördülékenyebbé teszi a valós térben zajló tevékenységeket, a virtuális tér a DIY szellemiségű szubkulturális cselekvés számára is új perspektívát nyújt.

### Hivatkozott irodalom

- Bennett, Andy (2004): Virtual Subculture? Youth, Identity and the Internet. In *After Subculture. Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Andy Bennett és Keith Kahn-Harris (szerk.). New York: Palgrave, 162–172.
- Bennett, Andy (2011): Post-subcultural Turn. Some Reflections 10 Years On. *Journal of Youth Studies* 14(5): 493–506.
- Cohen, Stanley (2002 [1972]): *Folk Devils and Moral Panics*. London: Routledge.
- Driver, Christopher (2011): Embodying Hardcore: Rethinking „Subcultural” Authenticities. *Journal of Youth Studies* 14(8): 975–990.
- Ensminger, David A. (2010): Redefining the Body Electric. Queering Punk and Hardcore. *Journal of Popular Music Studies* 22(1): 50–67.
- Furgason, Aaron Robert (2008): *Surfing for Punks. The Internet and the Punk Subculture in New Jersey*. (PhD dolgozat.) Interneten: <https://rucore.libraries.rutgers.edu/rutgers-lib/24558/pdf/1/> (letöltve: 2014. április 14.).
- Garcia, Angela Cora, Alecea Standlee, Jennifer Bechkoff és Yan Cui (2009): Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography* 38(1): 52–84.
- Greener, Tracey és Robert Hollands (2008 [2006]): Túl a szubkultúrán és a posztsubkultúrán? A virtuális psytrance esete. *Replika* (64–65): 193–216.
- Griffin, Naomi (2012): Gendered Performance and Performing Gender in the DIY Punk and Hardcore Music Scene. *Journal of International Women's Studies* 13(2): 66–81.
- Guld Ádám (2012): Nem transzvesztita, nem depressziós, csak emós. In *Zenei szubkultúrák médiareprezentációja. Stílusok, színterek, identitáspolitikák*. Guld Ádám és Havasréti József (szerk.). Budapest – Pécs: Gondolat – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék – PTE Zenélő Egyetem, 185–217.
- Guld Ádám és Havasréti József (szerk.) (2012): *Zenei szubkultúrák médiareprezentációja. Stílusok, színterek, identitáspolitikák*. Budapest – Pécs: Gondolat – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék – PTE Zenélő Egyetem.
- Haenfler, Ross (2006): *Straight Edge. Clean-living Youth, Hardcore Punk and Social Change*. New Brunswick – New Jersey – London: Rutgers University Press.
- Hebdige, Dick (1979): *Subculture. The Meaning of Style*. London: Routledge. (Magyarul részlet: A stílus mint célzatos kommunikáció. *Replika* [17–18]: 181–200 [1995].)
- Hodkinson, Paul (2002): *Goth. Identity, Style and Subculture*. Oxford: Berg. (Magyarul részlet: Beavatottak és kívülállók. *Replika* [53]: 145–164 [2005].)
- Hodkinson, Paul (2006): Subcultural Blogging? Online Journals and Group Involvement among UK Goths. In *Uses of Blogs*. Axel Bruns és Joanne Jacobs (szerk.). New York: Peter Lang, 187–197.
- Kitzinger Dávid (2000): A morális pánik elmélete. *Replika* (40): 23–48.
- McDowell, Amy (2011): „Aggressively Evangelist”. *Christianity in Punk Hardcore Music Scenes*. (Konferencia-előadás az American Sociological Association éves konferenciáján, Caesar's Palace, Las Vegas, NV, 2011. 08. 19. Interneten: [http://citation.allacademic.com/meta/p565608\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p565608_index.html) [letöltve: 2014. január 13.]).

- Milenković, Dario (2007): The Subcultural Group of Hardcorepunk. Sociological Research of the Group Members' Social Origin and their Attitudes to Nation, Religion and the Consumer Society Values. *Philosophy, Sociology and Psychology* 6(1): 67–80.
- Muggleton, David (2005 [1997]): A poszt-szubkulturalista. *Replika* (53): 111–126.
- Mullaney, Jamie L. (2007) „Unity Admirable but Not Necessarily Heeded”. Going Rates and Gender Boundaries in the Straight Edge Hardcore Music Scene. *Gender and Society* 21(3): 384–408.
- Stewart, Francis Elizabeth (2011): „Punk Rock Is My Religion”. *An Exploration of Straight Edge punk as a Surrogate of Religion*. (Doktori disszertáció.) Interneten: <https://dspace.stir.ac.uk/bitstream/1893/3441/1/phd%20complete.pdf> (letöltve: 2013. július 6.).
- Straw, Will (1991): Systems of Articulation, Logics of Change. Scenes and Communities in Popular Music. *Cultural Studies* 5(3): 361–375.
- Szántó Gábor (1988): *Bőrfejük*. Budapest: Népszava.
- Thornton, Sarah (1995): *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Oxford: Polity Press.
- Tófalvy Tamás (2005): Árnyékbokszolók. Közösség- és ellenségképző stratégiák „tough guy” hardcore szövegekben. *Szoc.reál* (10): 52–55.
- Tófalvy Tamás (2006): Kommentárok és próféciák. Szövegtípusok és kommentárok hardcore-szövegekben. *Prae* (3): 43–49.
- Tófalvy Tamás (2011): Zenei közösségek és online közösségi média. In *Zenei hálózatok. Zene, műfajok és közösségek az online hálózatok és az átalakuló zeneipar korában*. Tófalvy Tamás, Kacsuk Zoltán és Vályi Gábor (szerk.). Budapest: L'Harmattan, 11–39.
- Tófalvy Tamás (2012): Underground és közösségi média. Hogyan termelődik újra az underground kulturális tőke a zenei színtereken a korlátlanul hozzáférhető zene korában? In *Zenei szubkultúrák médiareprezentációja. Stílusok, színterek, identitáspolitikák*. Guld Ádám és Havasréti József (szerk.). Budapest – Pécs: Gondolat, 24–39.
- Tófalvy Tamás, Kacsuk Zoltán és Vályi Gábor (szerk.) (2011): *Zenei hálózatok. Zene, műfajok és közösségek az online hálózatok és az átalakuló zeneipar korában*. Budapest: L'Harmattan.
- Williams, J. Patrick (2003): The Straightedge Subculture on the Internet. A Case Study of Style-Display Online. *Media International Australia incorporating Culture and Policy* (107): 61–74.
- Williams, J. Patrick (2006): Authentic Identities. Straightedge Subculture, Music and the Internet. *Journal of Contemporary Ethnography* 32(2): 173–200.
- Williams, J. Patrick (2007): How the Internet Is Changing Straightedge. In *Youth Subcultures. Exploring Underground America*. Greenburg, Arielle (szerk.). New York: Pearson, 104–115.
- Williams, J. Patrick (2013): *Subcultural Theory. Traditions and Concepts*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- Williams, J. Patrick és Heith Copes (2005): „How Edge Are You?” Constructing Authentic Identities and Subcultural Boundaries in a Straightedge Internet Forum. *Symbolic Interaction* 28(1): 67–89.
- Wilson, Brian és Michael Atkinson (2005): Rave and Straightedge, the Virtual and the Real. Exploring Online and Offline Experiences in Canadian Youth Subcultures. *Youth Society* 36(3): 276–311.
- Wood, Robert T. (2006): *Straightedge. Complexity and Contradictions of a Subculture*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.

## **Intenzív kultúrafogyasztók a hálón**

### **Szabadidő-struktúra, internethasználat, kultúrafogyasztás**

#### **Változások**

Egy társadalom gazdasági, társadalmi, technológiai fejlettségi szintjét, valamint a társadalmi egyenlőtlenségek rendszerét is hűen tükrözi a társadalom tagjai számára rendelkezésre álló szabadidő mennyisége és felhasználási lehetőségei. A rendszerváltozás új gazdasági és társadalmi korszakot hozott magával, a piacgazdasági viszonyokra való áttérés következtében jelentős strukturális változások zajlottak le a társadalomban. Fokozatosan nőtt a leszakadók aránya, akik gazdasági és kulturális téren is egyre inkább perifériára szorultak. A szerkezeti átalakulások következtében megváltoztak az emberek anyagi lehetőségei, szórakozási, kulturálódási szokásai és a rendelkezésükre álló szabadidő mennyisége is. Előtérbe kerültek az otthon igénybe vehető szórakozási, szabadidő-eltöltési lehetőségek (Vásárhelyi 2005). A kereskedelmi televíziózás megindulása, majd a számítógép és az internet elterjedése és általánossá válása is ennek a folyamatnak kedvezett.

A kulturális fogyasztás, a kultúráközvetítés, a kulturális orientálódás technikai háttére jelentős változásokon ment keresztül az utóbbi évtizedekben. Az informatika és a kommunikáció forradalma révén új eszközök születtek, melyek nem csupán az emberek közötti kapcsolatokat, de a kultúrafogyasztás lehetőségeit is megváltoztatták.<sup>1</sup> Egyre több a mesterséges, virtuális tér, ahol az emberek egymással, különböző csoportokkal és intézményekkel érintkezhetnek. Az új technikai lehetőségek fokozzák az interaktivitás lehetőségét, és segítségével lehetővé válik az egyéni igények kielégítése a kultúrafogyasztásban. Ezek a változások azonban megszabják a kultúrával való találkozás végpontjait is, minek következtében a fogyasztók jelentős csoportja visszavonul az otthonába, ahol kényelmesen, jó minőségben keresi és találja meg azt, amit keres, amit szeret.

<sup>1</sup> Kulturális fogyasztáson a kultúraipar árucikkeinek fogyasztását értem. A magyar társadalomban az egyenlőtlenségi rendszert jelentős mértékben meghatározzák a kulturális jellegű társadalmi különbségek. A kulturális fogyasztás tőkévé, kulturális tőkévé válhat, mely több generáción keresztül is kamatozhat (Bourdieu 2004 [1983]).

A kultúrával kapcsolatos attitűdök és kultúrafogyasztási szokások vizsgálatát célzó felmérések hosszú ideje kedvezőtlen képet tárnak a kutatók szeme elé.<sup>2</sup> A 2003-as vizsgálat megállapította, hogy a klasszikus értelemben vett kultúrával a felnőtt népesség 30%-a találkozik csupán, a kulturális intézményhálózatot a társadalom 40%-a használja mindösszesen, szabadidejük mintegy 10%-át töltve el a különböző intézményekben. A vizsgálat rávilágít arra is, hogy a magyar társadalomban nagyon erős a státuszkristályosodás, és súlyos egyenlőtlenségek tapasztalhatók. A társadalom magas státuszú, magasán iskolázott, jó jövedelmi helyzetű rétegei vesznek részt jellemzően a különböző kulturális tevékenységekben (Hunyadi 2005: 7). A 2006. évi vizsgálat eredményei hasonlóan sötét képet festettek a kulturális fogyasztásról: drámai mértékben csökkent tovább a kultúra iránti érdeklődés, a visszaesés a komoly és a könnyű műfajokat egyaránt érintette. A színház, a komolyzene és a filmművészet tekinthető a legnagyobb vesztesnek. A magaskultúra iránti érdeklődés esetén jelentős szakadék tapasztalható társadalmi státusz, életkor, nem és iskolázottság területén, a magaskultúrát elsősorban az idősebb korosztály kedveli, a színház, a klasszikus zene és a szépirodalom iránt komolyan érdeklődő csoport fokozatosan előrepszik.

Az iskolai végzettség mind mennyiségi, mind minőségi értelemben a kultúrához való viszony legfontosabb befolyásoló tényezője. A magasabb iskolázottság jellemzően magasabb kulturális érdeklődéssel és aktivitással párosul, a klasszikus kultúra minden műfaja iránt a diplomások mutatják messzemenően a legnagyobb érdeklődést. A fiatalok, az alacsony társadalmi státuszú rétegek, a kevésbé iskolázottak és a munkanélküliek minden „komoly” műfaj iránt rendkívül csekély és gyorsan csökkenő érdeklődést tanúsítanak (Kuti 2009: 152).

A mai magyar társadalomban a szabadidő-eltöltés *képernyő- vagy monitorcentrikus és otthonközpontú*. A társadalom tagjainak kulturális részvételét a jelen és a közelmúlt olyan eseményei formálják, mint a 2008-as gazdasági válság, a recesszió, a foglalkoztatottság csökkenése, a fogyasztói árak emelkedése, az infokommunikációs technológia robbanásszerű fejlődése következtében megszülető új eszközök megjelenése a háztartásokban, mely tényezők mind a házon belüli szabadidő-eltöltés dominanciáját fokozták, tovább csökkentve a kultúráközvetítő intézmények iránti érdeklődést. Castells ezt az új életstílust az „elektronikus otthonok” fogalmával ragadta meg, melynek két kritikus vonását hangsúlyozza: az otthonközpontúságot és az individualizmust. Az otthonok gyarapodó elektronikus felszereltsége növelte a kényelmet, lehetővé tette, hogy az emberek otthonuk biztonságából kapcsolatba kerüljenek az egész világgal. A lakások mérete növekedett, ugyanakkor a háztartások létszáma csökkent. Megnőtt az otthon töltött idő mennyisége, és a hordozható kommunikációs készülékek lehetővé tették, hogy az egyes családtagok időben és térben a nekik megfelelő módon szervezzék tevékenységüket, életüket. Az elektronika segíti, egyszersmind át is alakítja az egyén életvitelét, gondolkodását (Castells 2005 [1996]: 486).

Véleményem szerint napjainkban a kulturális fogyasztás szerkezetét három tényező határozza meg:

1. *Mit tudnak az emberek befogadni?* (a kulturális tőkével való ellátottság szerepe);
2. *Milyen anyagi lehetőségeik vannak* (pl. belépők, könyvek, koncertjegyek stb. vásárlására); és ezzel szoros összefüggésben:
3. *Milyen technikai lehetőségeik vannak?* („élményszerű” otthoni kultúrafogyasztás IKT-eszközök révén).

2 A vizsgálatokat a Szonda Ipsos és a GFK Hungária végzi.

Az internet társadalmi hatásait vizsgálva öt fő irányzat különíthető el a társadalomtudományban, melyek az *internet és a társadalmi egyenlőtlenségek*, a *társas kapcsolatok*, a *politikai részvétel*, a *szervezeti hatékonyság* és a *kultúrafogyasztás* aspektusait tárják fel (DiMaggio 2001). A kultúra vonatkozásában az a fő kérdés, hogy a végbemenő változások a tömegesedés, a bőséges diverzifikáció vagy a hiperszegmentáció felé tartanak-e. Az új technológia mélységesen felszabadító hatása az egyénekben rejlő kreatív energiákat illetően. Mivel a webben posztolni valamiféle tartalmat nem kerül semmibe, a technológia szerelmesei számára megszünteti a belépési korlátokat olyan területekre, mint a filmkészítés vagy a könyvkiadás. Az internet lehetőséget nyújt arra is, hogy a felhasználók megtalálják a számukra érdekes és értékkel bíró tartalmakat, függetlenül attól, hogy az adott téma mennyire népszerű globálisan. Ami azonban ennél is fontosabb, hogy az interneten a felhasználók maguk hozhatnak létre és terjeszthetnek kulturális termékeket. A világháló lehetőséget nyújt bármilyen adat, szellemi termék vagy önreprezentáció bemutatására, így gyakorlatilag mindenki olcsón kiadóvá, producerré válhat, az egyéni kreativitás kiteljesedhet és közönséget találhat magának.

Az internet demokratizálja az információáramlást, közvetlen hatása van az árakra és a költségekre, újrastukturálja magát a kulturális ipart, és a kulturális bőség állapotát idézheti elő. Optimista megközelítés szerint az internet maga képezheti azt a közeget, ahol a *kulturális javak áramlása demokratizálódhat*. Azonban a domináns szervezetek az internetet is saját érdekeik érvényesítésére használják, a webalapú szórakoztatást profitszerzésre használják fel, háttérbe szorítva az egyéni kezdeményezéseket (DiMaggio 2001).

Az internet kultúrára gyakorolt hatását elemezve mindenekelőtt annak a ténynek kell figyelmet szentelnünk, hogy az információs társadalom korában robbanásszerűen megnőtt az egyénre zúduló információ mennyisége, a kultúra, a tudás és az információ kilép a gazdaság- politika- kultúra tradicionális felosztásából, a kulturális jelentések és értelmezések a társadalom valamennyi szféráját behálózzák (Dessewffy 2004: 72). A műfaji határok elmosódnak, kiürül a magas- és a populáris kultúrát elválasztó kategorizáció, az eredetiség, az autenticitás jelentősége átalakul. E kor kultúrájának két alapvető jellemzője a *mediatizáltság*, vagyis a média általi közvetítettség és meghatározottság, valamint a *globalitás*, vagyis az adott médiatartalmak a Föld bármely pontján megjelenhetnek. „Ez a globális kultúra átrajzolja a korábbi lokális, illetve nemzetállami keretek között szervezett tudás- és érték-készletet” (Dessewffy 2004: 88).

Az internethasználat és kultúrafogyasztás összefüggéseit elemezve a kutatók gyakran hangot adtak az optimizmusnak és kifejezték abbéli reményüket, hogy a hálózati polgár nem individualizálódik, hanem éppen ellenkezőleg, felerősödnek közösségi kötődései, továbbá többet olvas, többet jár színházba, a természetbe, és többet is sportol, mint az internettől távol maradó társai (Z. Karvalics 2004: 150). A témában végzett empirikus kutatások eredményei azt mutatták, hogy minél szélesebb körben használja valaki az internetet, minél komolyabb ismeretei vannak a digitális írástudást illetően, annál inkább pozitív kapcsolatot lát a kultúra és az internet között, s annál inkább relevánsnak tartja az interneten és az interneten kívüli közegben létező kultúra összefüggéseit (Csepele és Prazsák 2009: 88). Az internethasználók és a nem használók kulturális gyakorlatát elemző vizsgálat adatai azt mutatják, hogy a kultúrához köthető viselkedésformák döntő mértékben az internetezők körében fordulnak elő (Csepele és Prazsák 2010: 155).

Figyelmet kell szentelnünk annak a ténynek, hogy a modern technológiai eszközök hasárral vannak a kultúrafogyasztás *szerkezetére* is. A kulturális tartalmak eléréséhez már nem kell feltétlenül kimozdulni a lakásból: a filmek, a zenék letölthetők, színházi közvetítéseket, opera-előadásokat, komolyzenei hangversenyeket lehet online megtekinteni, azaz lehetővé válik az infokommunikációs eszközök révén az „élményszerű” kultúrafogyasztás az otthon négy fala között is. A számítógép és az internet nem csupán egy mód arra, hogy a felhasználó belépjen az információs társadalomba és használja a világot átfogó kommunikációs hálózatot, de igénybe veheti a technológia által nyújtott figyelemre méltó közösség-szervező erőit is. „A média maga is teremthet egy a társadalom különböző tagjait, csoportjait egybefűző élményközösséget” (Dessewffy 2004: 79). Az internet lehetőséget biztosít arra is, hogy magas szintű kulturális preferenciával bíró egyének és csoportok kulturális fogyasztásuk szélesítésére, színesítésére használják az informatikai eszközöket.

### Elemzés – módszertani kitérővel

Jelen tanulmányban egy zenei ízlés és preferencia alapján szerveződő online közösség, a *Mindennapi klasszikusok*<sup>3</sup> szociológiai szempontú elemzését mutatom be, ahol a tagokat a klasszikus zene iránti érdeklődés fogja össze. Mintavételi módszerként nem véletlen mintavételi eljárást, önkényes mintavételt alkalmaztam, amelyet feltáró jellegű kutatások esetében szokás használni, mikor a cél egy adott jelenség mélyebb, jobb megértése. Jelen esetben arra voltam kíváncsi, miként alakítható ki és hogyan jellemezhető egy olyan csoport, amelynek vélhetően magasak a kulturális preferenciái? A vizsgált alapsokaság homogén, a minta torzítása matematikailag nem számítható. A módszer jellegéből adódóan az eredmények nem vetíthetők ki a teljes populációra, nem reprezentatívak, a fentiek figyelembevételével vethetők csak össze az adatok az országos mérések eredményeivel, azonban alkalmak következtetések levonására, a kultúrafogyasztással kapcsolatos elméletek illusztrálására és azok továbbgondolására.

A tárgyalt közösség tagjai online kérdőívet töltöttek ki,<sup>4</sup> melynek segítségével arra szeretnék választ kapni, hogy egy a klasszikus kultúra köré szerveződő internetes „élményközösség” szociodemográfiai jellemzői verifikálják-e az internet demokratizáló hatásához fűződő várakozásokat? Mérsékeli-e az internet a kulturális tartalmak elérését korlátozó egyenlőtlenségeket, lehetővé teszi-e a kultúra széles körű fogyasztását iskolázottságra, társadalmi státuszra, lakóhelyre való tekintet nélkül?

Mindezek vizsgálatához első lépésként tisztáznunk kell, *mit tekintünk kultúrának*. Az emberi lét és a kultúra elválaszthatatlanul kapcsolódik egymáshoz. Azonban aligha van a mindennapi szóhasználatban még egy fogalom, melynek jelentése annyira bizonytalan, olyan sokréttű lenne, mint a kultúráé. Kroeber, Untereiner és Kluckhohn 1952-ben megjelent könyvükben több mint száz kultúra-definíciót elemeznek, melyek száma az azóta eltelt

3 A Mindennapi klasszikusok Facebook-oldalának követői: 2594 fő 2013. 01. 05-én. Fekete Márton az oldal „atyja”, a zene iránti személyes érdeklődésből, kifejezési vágyból és a *social media* működése iránti kíváncsiságból indította el a blogot és az oldalt.

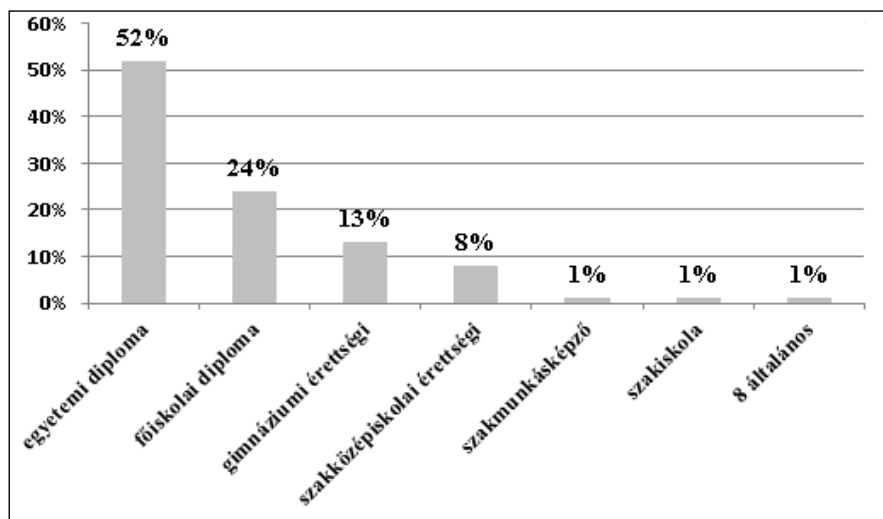
4 Az online kérdőívet 2013. 01. 06. és 2013. 01. 14. között töltötték ki. A minta elemszáma 376 fő.



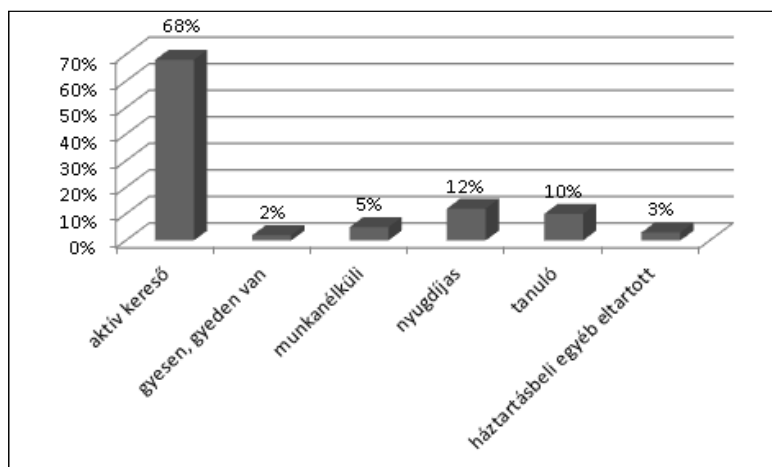
időben nyilván gyarapodott. Jelen munka terjedelmét kétségtelenül meghaladná a kultúra különböző meghatározásainak számbavétele és értelmezése, ezt nem is tekintem feladatommak. Ezzel együtt azonban a téma szempontjából megkerülhetetlennek tűnik kiemelni néhányat a megközelítések közül. A kroeberi, kluckhohni és untereineri kultúra-definíció elemeit a legtöbb kultúrameghatározás elfogadja: a kultúra szimbólumokban nyilvánul meg, amely szimbólumok társadalmilag konstruáltak, az egyén számára adottak, ezért befolyásolják a viselkedését (Kroeber, Kluckhohn és Untereiner 1952). A kultúra fogalmát szűkíthetjük abból az aspektusból, hogy szélesebb társadalmi csoportok igényeit elégíti ki vagy egy szűkebb rétegnek szól csupán. Ennek megfelelően beszélhetünk tömegkultúráról és elit- vagy magaskultúráról, ami a legáltalánosabb megkülönböztetési mód. Hankiss Elemér azonban úgy véli, ha a kultúra részekre is oszlik, nem magas- és alacsony kultúrára, hanem szimbolikus és mindennapi kultúrára. A szimbolikus kultúra az, amely a szimbólumokat termeli: zenét, színházat, filmet, internetes játékot. Ez a kultúra olyan szimbólumokat teremt, amelyek segítenek a megértésben, segítenek az embereknek élni, szembenézni az élet problémáival, a többieket elviselni és saját magukat is kibírni a szimbólumok segítségével (Hankiss 2009). Vizsgálatom során Hankiss megkülönböztetését szem előtt tartva a szimbolikus kultúra alkotásait értem a kultúra kitétel alatt, az elemzés alapjaként pedig a magas- és tömegkultúra hagyományos megkülönböztetését alkalmazom.

A kérdőív kitöltői csaknem azonos arányban oszlanak meg nemek szerint. A 376 válaszadó 54 százaléka férfi, míg 46 százalékuk nő. A mintában felülreprezentáltak a felsőfokú végzettséggel rendelkezők (1. ábra), az aktív keresők (2. ábra) és a fővárosi lakosok (3. ábra). Mindez összhangban áll a korábbi országos vizsgálatok eredményeivel is: *a komolyzene és a klasszikus kultúra iránt érdeklődők jellemzően magasan iskolázott, magas társadalmi státuszú, fővárosi vagy nagyvárosi lakosok.*

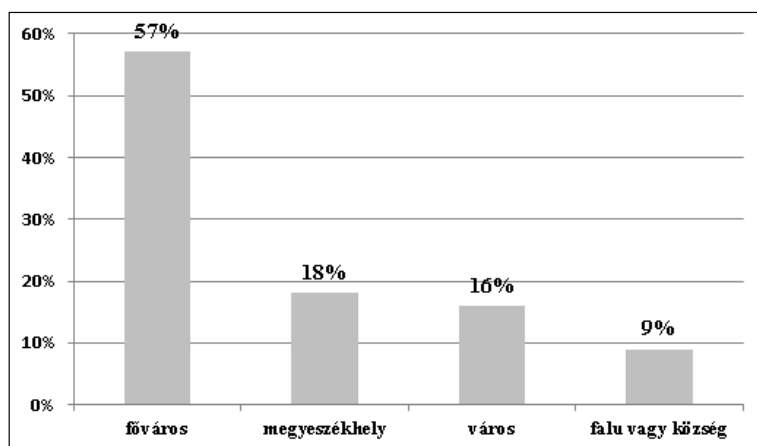
1. ábra. Iskolai végzettség szerinti megoszlás (N=376)



2. ábra Gazdasági státusz szerinti megoszlás (N=376)



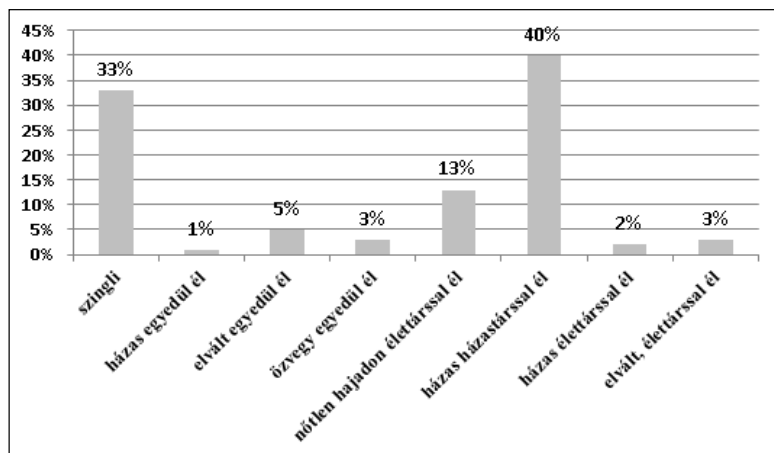
3. ábra. Lakóhely településtípusa szerinti megoszlás (N=376)



A témában folytatott országos kutatások rámutattak, hogy az utóbbi évtizedben a *települési egyenlőtlenségek kiegyenlítődni látszanak*. Míg néhány évtizeddel korábban a lakóhely volt a kultúrához jutás legfontosabb meghatározó tényezője, addig napjainkra ez lett a leggyengébb faktor (Hankiss 1978; Kuti 2009: 170). Ebben nagy szerepe van az információs technológia elterjedésének, amely demokratizálja a kultúrát, megkönnyíti a különböző kulturális tartalmakhoz való hozzáférést a földrajzi korlátoktól függetlenül, azonban önmagában nem csodaszer, esélyegyenlőséget nem tud biztosítani. A vizsgált minta nem igazolja a települési lejtő hatásának csökkenését, a vidéki lakosok alig tizedét alkotják a csoportnak.

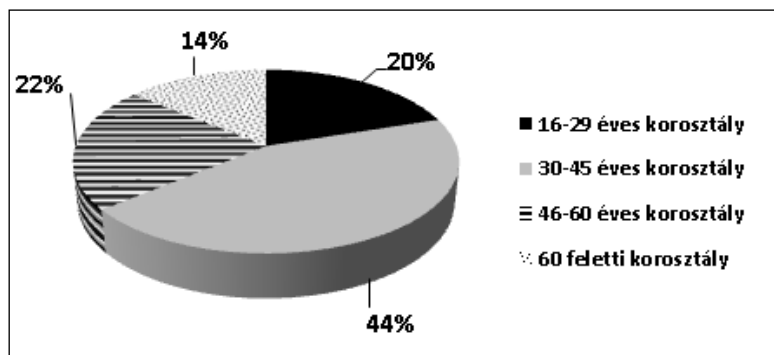
A válaszadók több mint fele él társas kapcsolatban (ebből 40% házasságban, 18% élettársi kapcsolatban), harmaduk egyedülálló. Az egyedül élő tagok számára az ilyen „élményközösségek” pótolhatják bizonyos mértékben a társaságot, ahol véleményt lehet cserélni az őket érdeklő témákban (4. ábra).

4. ábra. Családi állapot szerinti megoszlás (N=376)



Az online „élményközösség” korösszetételét vizsgálva két dolgot emelnék ki: a 45 év alattiak és a 60 év felettiek arányát a mintában. Az életkor, ahogy az iskolai végzettség is, releváns tényező a klasszikus kultúra iránti érdeklődés esetében. Valamennyi országos felmérés hangsúlyozza, hogy a komolyzene iránt elsősorban az idősebb korosztály érdeklődik számottevően. A mintában az időskorúak aránya nem éri el a 15 százalékot, viszont ötödüket a 29 éven aluli fiatalok teszik ki. Az idősebb generációhoz tartozók alacsony arányára magyarázat lehet a kulturális konzervativizmus, a modern technológiától való idegenkedés, az információs társadalomba való involváltság alacsonyabb mértéke.

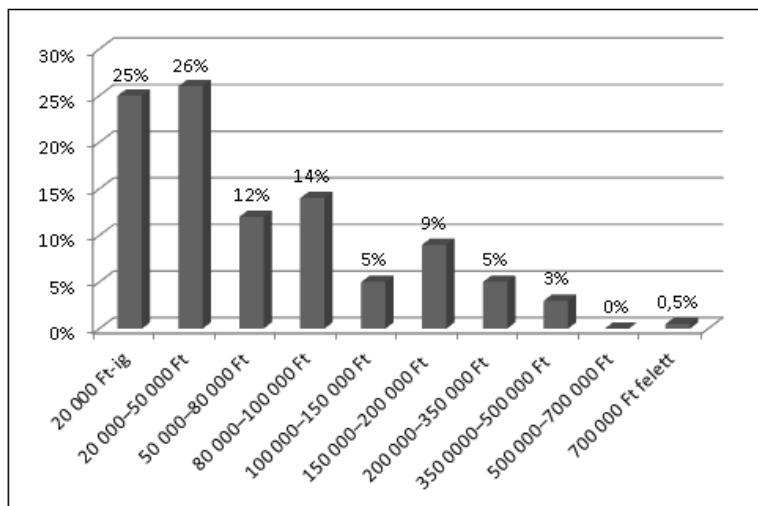
5. ábra. Korcsoport szerinti megoszlás (N=376)



Vitányi Iván szállóigévé vált mondata szerint nem abból kell kiindulni, hogy mennyi pénz kell a kultúrához, hanem hogy mennyi kultúra kell a pénzhez. Meglátásom szerint mikroszinten, az egyes ember esetében az anyagi dimenzió meghatározó faktor, főként olyan, a világban lejátszódó paradigmaváltás után, mint a világgazdasági válság.<sup>5</sup> A 2010-es időmérleg-vizsgálat szabadidős tevékenységszerkezettel kapcsolatos adatai is azt mutatják, hogy a *szabadidő eltöltése szignifikánsan az otthon falai között zajlik*, elsősorban a televízió köré koncentrálódik, a szabadidős tevékenységformák közül jellemzően a költségkímélő, az anyagi kiadásokkal kevésbé vagy egyáltalán nem terhelt elfoglaltságok a népszerűek, mint a barátokkal, a családdal töltött szabadidő, a társasjátékozás, a kertészkedés vagy a házi kedvencekkel való foglalatosság, játék. A válaszadók 82 százaléka nem volt a lekérdezést megelőző évben komolyzenei hangversenyen vagy kiállításon, több mint 70 százalékuk nem járt színházban, nem volt egy alkalommal sem moziban (Fekete 2015).

A 6. ábra mutatja a *Mindennapi klasszikusok* tagjainak kulturális kiadásait<sup>6</sup> a lekérdezést megelőző évben. A kérdőív kitöltőit arra kértem, próbálják megbecsülni a kultúrával kapcsolatos kiadásaik összegét.

6. ábra. Kulturális kiadás becslült összege a lekérdezést megelőző évben (2012)



A kulturális kiadások meghatározott tíz kategóriájából az első kettőbe, azaz az 50 000 Ft alatti összeget költők csoportjába került a válaszadók fele. Negyedük tartozik a harmadik és a negyedik kategóriába, azaz az 50 és 100 ezer Ft közötti összeget kulturális célra fordítók közé, és szintén negyedük a felső 5 kategóriába, ahol jelentős nagyságú becslült összegek sze-

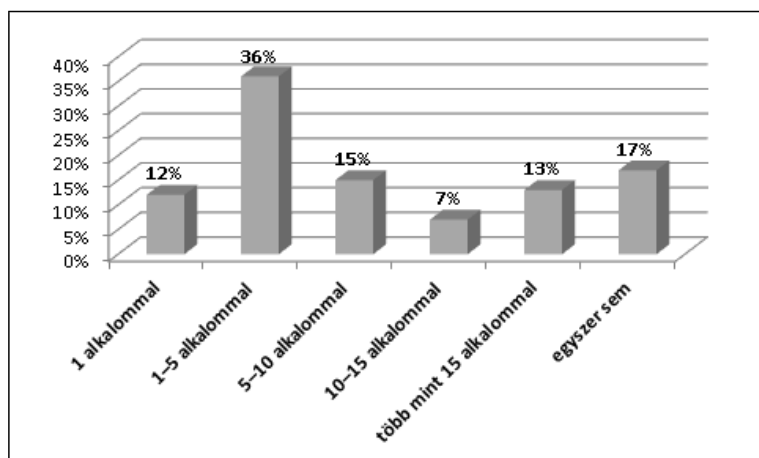
<sup>5</sup> A 2008-as országos reprezentatív vizsgálat adatai azt mutatták (Antalóczy 2009), hogy a lekérdezést megelőző évben a háztartások 60%-ának nem volt kulturális kiadása, 50% gyakorlatilag semmilyen kulturális tevékenységben nem vesz részt. A fővárosi lakosok egyötödének nincs kulturális kiadása, a legtöbben (27%) 3 000–10 000 Ft közötti összeget költöttek kulturális célra, és csupán egy szűk réteg (6%) kiadása érte el az 50 000 Ft-ot.

<sup>6</sup> Kulturális kiadásnak számít minden kulturális tevékenységgel összefüggésben kiadott pénz, tehát megvásárolt könyv, CD, DVD, mozijegy, színházjegy, belépők stb.

repelnek éves kulturális kiadásként. A vizsgált minta tagjainak kultúrával kapcsolatos költségei – viszonyítási pontként használva a 2008-as reprezentatív országos felmérés adatait – az átlagnál magasabbak, Vitányi klasszifikációja alapján stabil, aktív, felhalmozásra törekvő habitussal jellemezhetők, ami a jóléti társadalmak klasszikus középosztályának ismérve. Kulturális magatartásukat a nyitottság, a befogadás jellemzi, ők alkotják a kultúra elsődleges közönségét (Vitányi 2006).

A kultúráközvetítő intézmények sorában a „leggyengébb láncszem” jellemzően az opera, a komolyzenei hangverseny és a balett triumvirátusa. Az adatfelvételek során, mikor arra kéri a válaszadókat, hogy próbálják megbecsülni, mikor jártak utoljára az említett intézményekben, rendre ez a három műfaj végez az utolsó helyeken. Ezek a legkevésbé preferált események, melyek közönsége – társadalmi státuszát és szociodemográfiai jellemzőjüket tekintve – többé-kevésbé stabil: magas státuszúak, magas jövedelműek, magasan iskolázottak, városlakók, idősebb korosztályba tartozók vesznek részt jellemzően ezeken a kulturális eseményeken. A 7. ábra mutatja a *Mindennapi klasszikusok* tagjainak gyakorlatát.

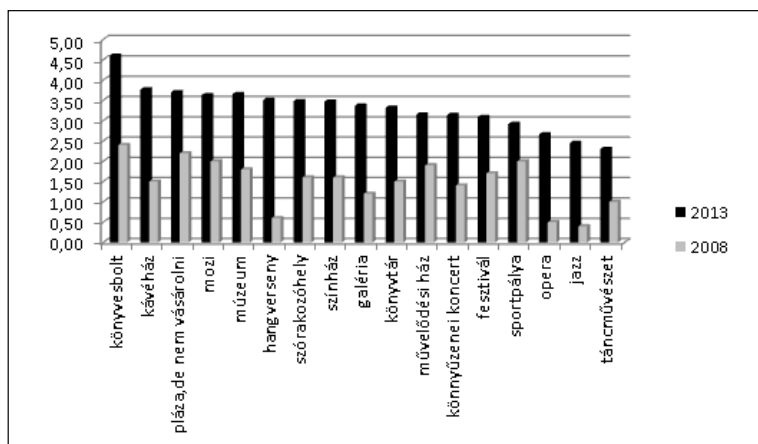
7. ábra. „Az elmúlt évben hányszor járt Ön operában, komolyzenei hangversenyen?”



Az online zenei csoport több mint harmada maximum ötször, tizedük egy alkalommal, 13 százalékuk több mint 15 alkalommal vett részt hangversenyen, opera-előadáson a lekérdezést megelőző évben. A megkérdezettek kevesebb mint ötöde (17%) tartozik csupán abba a csoportba, akik egyszer sem jelentek meg az említett helyszíneken. Ez nem a kulturális érdeklődés hiányát jelenti – már csak a csoport jellegéből adódóan sem –, hanem a kultúrafogyasztás szerkezetének átalakulására, gazdasági és kényelmi okokra vezethető vissza. A szabadidő otthoni eltöltése egyre vonzóbb lehetőséggé vált az infokommunikációs eszközök, a szórakoztatóelektronika és a médiaipar fejlődése révén. Már nem csupán a „jobb híján” kategóriába tartozik a házon belüli szabadidőtöltés, de reális alternatívájává vált a házon kívüli programoknak a technológia fejlődésével. Az elmúlt évtizedben sorra jelentek meg a háztartásokban a modern audiovizuális eszközök, melyek használatával lehetővé vált az „élményszerű” kulturális fogyasztás az otthon falai között is.

A képet tovább árnyalja, ha részletesebben elemezzük a csoport tagjainak kulturális aktivitását. Az intézményesített keretek között történő kultúrafogyasztás vizsgálatát célozta a kérdőív azon kérdése, amelyben arra kértem a kitöltőket, hogy próbálják megbecsülni, mikor jártak utoljára a felsorolt intézményekben, eseményeken (8. ábra).<sup>7</sup>

8. ábra. „Mikor volt Ön utoljára...?”



Az ábrán a fekete szín jelöli a virtuális közösség tagjainak válaszait, a szürke a 2008-as országos reprezentatív felmérés során kapott eredményeket. Az online csoport tagjainak kulturális aktivitása csaknem egyenletes, mentes a meredek töréspontoktól, végpontját a jazz- és táncművészeti rendezvények látogatásánál éri el. A megkérdezettek aktívák, nyitottak és érdeklődők, a kérdőívben felsorolt valamennyi kultúraközvetítő intézményt, helyszínt és eseményt látogatták a lekérdezést megelőző évben. Legnépszerűbb a könyvesbolt (az országos minta esetében szintén), legkevésbé preferált a táncművészet, de ennek az átlaga is 2,5 felett van, tehát a lekérdezést megelőző egy éven belül részt vettek balett-előadáson is, továbbá kiemelném, hogy az online csoport tagjai esetében nem tartoznak intézmények, rendezvények a soha nem látogatott kategóriába.

Annak érdekében, hogy feltárjam a rejtett mintázatokat, a kérdésre adott válaszokat faktoranalízissel dolgoztam fel,<sup>8</sup> majd főkomponens-elemzést végeztem.<sup>9</sup> Az 1. táblázat mutatja a létrejött főkomponenseket, amelyek egy-egy jól körülhatárolható kulturális fogyasztási dimenzió szerint rendezik a válaszadókat.<sup>10</sup> Az így feltárt négy mintázat a következőképp jellemezhető.

A „populáris-szórakoztató” minta egyesíti az olyan népszerű és könnyed szórakozást kínáló helyszíneket, mint a különböző fesztiválok, könnyűzenei és jazzkoncertek, a művelődési házak rendezvényei és a sportesemények.

7 A lehetséges válaszok: 1: soha, 2: régebben, 3: 1 éven belül, 4: fél éven belül, 5: az elmúlt hónapban.

8 Az alacsony kommunalitás miatt az elemzésből kikerült a pláza és a könyvtár.

9 A faktor- és főkomponens-elemzésekkel arra vállalkozunk, hogy matematikai statisztikai eszközökkel találjuk meg azokat a rejtett dimenziókat, amelyek az egyes feltett kérdésekre adott válaszokat egy-egy mintázatba foglalják. Az elemzések révén gondolkodási, érték-, attitűd- stb. mintázatok tárhatók fel.

10 Minden érvényes választ adó kitöltő értéket kapott a főkomponensben.

A „szemlélődő” minta olyan kulturális tevékenységeket rendez egy kategóriába, melyek közös jegye a csendesség, az elmélyülés. Ide a múzeumok, a galériák és a könyvesboltok tartoznak.

A „társasági” minta a társas együttlétre helyezi a hangsúlyt: a mozi, a kávéház és a szórakozóhelyek sorolhatók ide.

A „klasszikus” minta a színház, az opera és a hangverseny színtereit fogja egybe.

1. táblázat. A kultúrafogyasztás dimenziói

A kulturális fogyasztás dimenziói	Színhely	Kommunalitás	Faktorsúly	Magyarázott variancia (%)
Populáris szórakoztató	fesztivál	0,54	0,73	49,28
	művelődési, közösségi ház	0,32	0,56	
	sportcsarnok, sportpálya	0,49	0,70	
	jazzkoncert	0,53	0,73	
	táncművészeti rendezvény	0,48	0,69	
	könnyűzenei koncert	0,59	0,77	
Szemlélődő	galéria	0,72	0,85	63,83
	múzeum	0,77	0,87	
	könyvesbolt	0,41	0,64	
Társasági	mozi	0,51	0,71	61,37
	kávéház	0,67	0,82	
	szórakozóhely	0,62	0,79	
Klasszikus	színház	0,47	0,68	57,78
	opera	0,67	0,80	
	hangverseny	0,61	0,78	

A négy kultúrafogyasztási dimenzió mentén érdemes megvizsgálni, hogy milyen és mekkora csoportok különülnek el a mintán belül. A csoportosítást K-means klasztereljárással végeztem el, a 2. táblázatban látható a létrejött öt kultúrafogyasztó csoport.

Az első az „*otthon fogyasztók*” csoportja, akik nem járnak el egyetlen felsorolt helyre, rendezvényre sem, ez azonban nem feltétlenül a kulturális érdeklődés hiányát jelenti, hanem az otthonba való visszahúzódást, a már említett „elektronikus otthonok” hatását, gazdasági, illetve kényelmi tényezők befolyását.<sup>11</sup> Ők alkotják a minta csaknem ötödét (18,3%).

A „*széles érdeklődésű*” klaszterbe tartozók a minta negyedét teszik ki. Ők elsősorban a klasszikus eseményeket (színház, opera, hangverseny) részesítik előnyben, de időnként eljárnak a többi felsorolt rendezvényre, eseményre is.

A „*kulturális mindenevő*”<sup>12</sup> valamennyi eseményre, rendezvényre és intézménybe rendszeresen, intenzíven és nagy lelkesedéssel jár. Ők a minta 1,3%-át teszik ki.<sup>13</sup>

A „*könnyed szórakozók*” csoportjába a minta harmada tartozik. Ők legszívesebben társasági eseményeken vesznek részt, alkalmanként galériába, múzeumba és könyvesboltba is eljárnak, ritkábban a populáris, könnyed szórakozást nyújtó rendezvényekre is, a színház, az opera és a hangverseny látogatását preferálják a legkevésbé.

Az „*elit fogyasztók*” alkotják a klasszikus kultúra közönségét, színházba, operába és hangversenyre járnak, időnként elmennek galériába, múzeumba és könyvesboltba is, viszont elutasítják a könnyed, populáris szórakozást képviselő helyszíneken való megjelenést és a társasági jellegű eseményeken való részvételt.

2. táblázat. Kultúrafogyasztói csoportok

	Kultúrafogyasztói csoportok				
	otthon fogyasztó	széles körű érdeklődésű	kulturális mindenevő	könnyed szórakozó	elit fogyasztó
Klasszikus	–1,03214	1,02028	2,78526	–,45942	,18053
Társasági	–,80317	,66670	3,23745	,57283	–,97908
Szemlélődő	–1,44263	,61831	2,53092	,14329	,14111
Populáris, szórakoztató	–,62665	,57735	5,53251	,01591	–,43798
Elemszám (%)	18,3%	24,6%	1,3%	31%	24,8%

11 Arra a kérdésre, hogy miért nem járnak el a különböző intézményekbe, az „otthon ülők” 37%-a időhiányra panaszkodik, 20% a munkája miatt nem tud eljárni, 22%-nak nincs társasága, 42%-ot a drága belépők tartanak vissza.

12 Lásd Petersonék klasszifikációját (univore: mindenevő, omnivore: egysikű fogyasztó). Peterson és Kern elmélete szerint a fogyasztói társadalomban új kultúrafogyasztói típusok jelentek meg, amelyek összefüggnek a társadalmi hierarchiában betöltött helyükkel. A magasabb társadalmi státuszú személyek kulturális fogyasztásukat nem korlátozzák csupán a magaskultúra élvezetére, a tömegkultúra termékeit is szívesen és gyakran fogyasztják. Ők alkotják az omnivore típust (Peterson és Kern 1996).

13 Ilyen kis arányú „csoportot” nem szokás bent tartani az elemzésben, azonban ez a „csoport” valamennyi művelet elvégzésénél stabilan szerepelt. A társadalmi jellemzők igazolják a „létét”.



A 3. táblázat mutatja az egyes klaszterekbe tartozó válaszadók szociodemográfiai jellemzőit.<sup>14</sup>

3. táblázat. A kultúrafogyasztói klaszterek társadalmi jellemzői

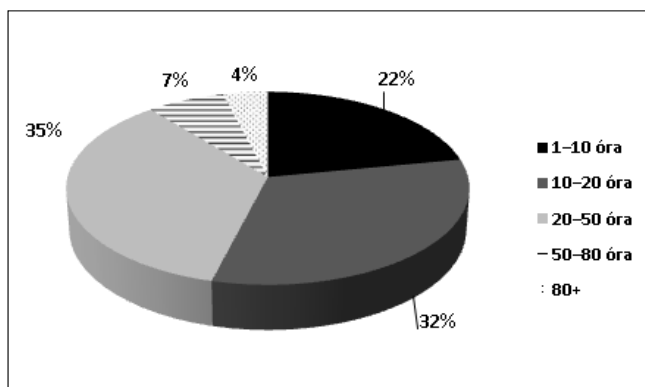
	Otthon fogyasztó	Széles körű érdeklődésű	Univore fogyasztó	Könnyed szórakozó	Elit fogyasztó
Elemszám	18,3%	24,6%	1,3%	31,0%	24,8%
Nem	inkább férfi	mindkét nem	csak nő	mindkét nem	mindkét nem
Életkor	30–45 év	16–45 év	60 év felett	16–45 év	30 év felett
Településtípus	ötödük vidéki	megyeszékhely, főváros	nincs vidéki	főváros, város	főváros, város
Internet- használat	heti átlag 50 óra	50–80 óra	legalacso- nyabb, átlag 20 óra	legnagyobb használók, +80 óra	második legnagyobb használók
Kulturális kiadás	legkevesebb (jellemzően 20–50 E Ft között)	legtöbb (71% felső két kategória)	magas	egyenletesen eloszlik a kate- góriák között	egyenletesen eloszlik a kate- góriák között

### Internethasználat és a klasszikusok

A kérdőív kitöltőit arra kértem, próbálják megbecsülni, mennyi időt töltenek internetezéssel egy héten. A minta harmada hetente 11–20 órát, kicsivel több mint harmada 21 és 50 óra közötti időmennyiséget internetezik, ötödük úgy becsülte, hogy hetente 1 és 10 óra között, és csupán egy szűk réteg (4%) az, aki hetente több mint 80 órát tölt a számítógép előtt saját bevallása szerint. A KSH 2010-es időmérleg-vizsgálata szerint a 15–74 éves korosztály napi 93 percet, azaz másfél órát tölt átlagosan a világhálón. Testi higiéniára 77 percet, étkezésre 98 percet fordítunk átlagosan naponta (KSH 2013). Ezek az adatok is azt támasztják alá, hogy az internet életünk szerves részévé vált, jelentősen átalakítva napi időfelhasználásunkat és az egész életünket. A digitális technológia, az információs és kommunikációs technológia fejlődése a társadalmi lét valamennyi szférájára kiterjesztette hatását. Az internet használatának elterjedése alapvető változásokat idézett elő nem csupán a munka világában, de a szabadidő eltöltésében, a média- és kultúrafogyasztás mintázataiban is. Másként töltjük az iskola vagy a munka utáni szabadidőnket, máshogy kommunikálunk, mást jelent ma már a kikapcsolódás fogalma és mást a szórakozásé, mint az információs társadalom kiépülése előtt.

<sup>14</sup> A kulturális kiadások ebben az esetben öt kategóriából állnak, ahol 1: 20 ezer Ft-ig, 2: 20 és 50 ezer Ft között, 3: 50 és 80 ezer Ft között, 4: 80 és 150 ezer Ft között, 5: 150 ezer Ft felett.

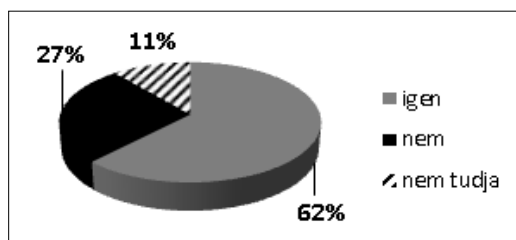
9. ábra. A heti internethasználat becsült ideje



A *Mindennapi klasszikusok* kérdőívet kitöltő tagjainak több mint háromnegyede (81%) használja az internetet komolyzene hallgatására. Akik nem preferálják a zene élvezetének ezt a módját, jellemzően a 45–60 éves korosztályba tartoznak, akiknek habitussá vált szabadidő-eltöltési és zenehallgatási szokásait kevésbé alakította át az internet és a digitális zeneforgalmazás elterjedése. Velük ellentétben, az első két korcsoportba tartozók – azaz a 16–45 éves kor közötti tagok – jellemzően úgy ítélték meg, hogy több komolyzenét hallgatnak, mióta használják az internetet. A válaszadók több mint fele (52%) helyezkedett ugyanerre az álláspontra.

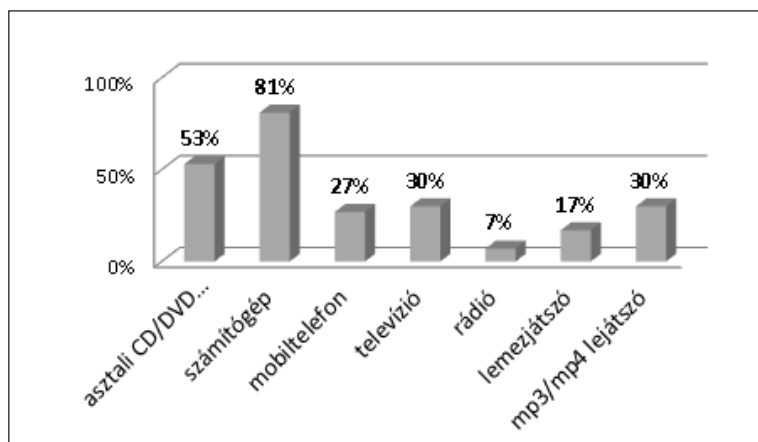
A zenefogyasztási, zenehallgatási szokások és preferenciák változásai sok tényezővel állhatnak összefüggésben, melyek az egyének életútjában gyökereznek, személyes életkörülményeiknek, életstílusuknak változásai is befolyásolhatják. Azonban ne feledkezzünk meg a technológiai változások hatásáról sem. Azt, hogy a zenehallgatási, kultúrafogyasztási szokások változásának hátterében az internet áll-e, a megkérdezettek csupán ötöde (11%) nem tudta megítélni, ők jellemzően a 45–60 éves korosztályba tartoznak. Az online csoport tagjainak csaknem harmada véli úgy, hogy nincs összefüggés a két dolog között, 62 százalék viszont kapcsolatot lát zenefogyasztásának alakulása és a technikai változások között (10. ábra).

10. ábra. Lát-e összefüggést zenehallgatási szokásainak változása és az internethasználat elterjedése között?



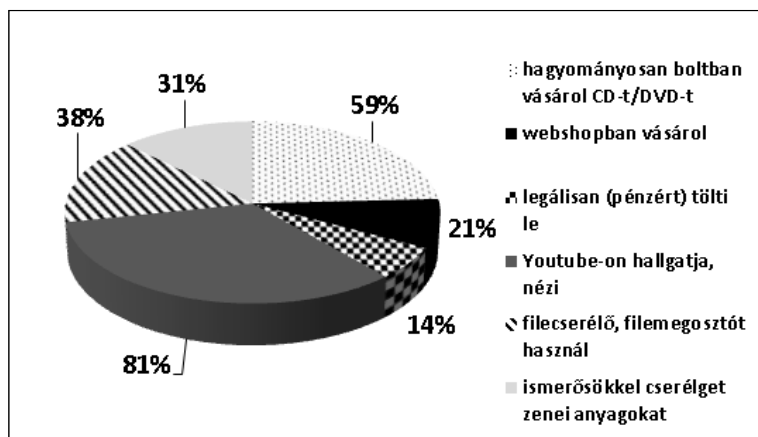
Nemcsak preferenciáink változnak, de azok az eszközök is, amelyeket használunk a mindennapi tevékenységeink során (11. ábra). Az olyan hagyományos készülékek, mint a rádió és a lemezjátszó, háttérbe szorultak, a számítógép „mindent visz”, továbbá népszerűek a különböző lejátszók. A válaszadók harmada használ mobiltelefont, mp3/mp4 lejátszót és televíziót zenehallgatási célra.

11. ábra. „Milyen típusú lejátszón hallgat Ön általában zenét?”



A világháló nemcsak a felhasználók kultúrafogyasztási szokásait változtatja meg, de átalakítja tájékozódási, vásárlási preferenciáikat, és ezzel együtt átalakulnak a források is, ahonnan az új zenék származhatnak (12. ábra). A változás a modern technológiák térhódítását tükrözi. A válaszadók 81 százaléka a YouTube<sup>15</sup> videomesztót használja forrásként elsősorban, kevésbé elterjedt az online vásárlás (21%) és az anyagi kiadással járó letöltés (14%). Kedvelt forma az ismerősökkel való cserélgetés (31%) és a fájlcserezők (38%) használata is. Az online közösség tagjainak több mint fele (59%) továbbra is ragaszkodik a zenei beszerzések tradicionális formáihoz, és elsősorban a hagyományos üzleteket keresi fel vásárlás céljából.

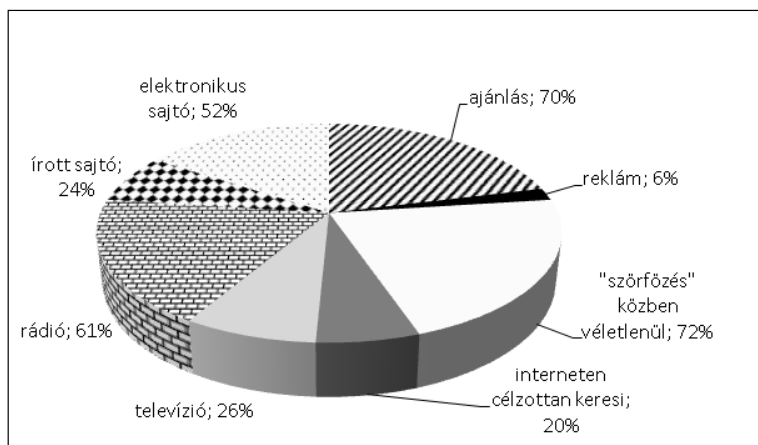
12. ábra. „Milyen forrásból szerzi be Ön a zenéket?”



<sup>15</sup> A weboldalnak havonta átlagosan egymilliárd látogatója van. Forrás: <http://pcworld.hu/kozossag/egekben-a-youtube-latogatottsaga.html> (letöltve: 2013. július 15).

Azt, hogy milyen új, eddig nem hallott zenemű iránt támad fel a csoport tagjainak érdeklődése, számos tényező befolyásolhatja (13. ábra). Meghatározó faktor a „szájhagyomány”, az ismerősök, barátok, családtagok véleménye és ajánlása (70%), továbbá jelentős erőt képvisel ezen a téren is az internet. A válaszadók csaknem háromnegyede (72%) véletlenül, „szörfözés” közben bukkan rá valami neki tetszőre és izgalmasra, de a minta ötöde célzottan is keresgél újdonságokat az internet segítségével. A diagramon láthatjuk a hagyományos írott sajtó térvésztését az elektronikussal szemben, illetve a reklámok, hirdetések csekély hatását.<sup>16</sup>

13. ábra. „Hogyan bukkan rá zenei újdonságokra?”



## Összegzés

Összegzésként megállapítható, hogy a Mindennapi klasszikusok oldal és blog követői *magaskulturális preferenciákkal rendelkező, jellemzően magas státuszú, magas iskolai végzettséggel rendelkező, gazdaságilag aktív fővárosi, városi lakosok, számottevő kulturális kiadással, akik stabil, aktív, felhalmozó habitussal jellemezhetők.* Aktív internethasználók, akiket hasonló zenei ízlés és érdeklődés vonzott egy virtuális közösségbe. Rendszeres látogatói a különböző kultúráközvetítő intézményeknek, eseményeknek, a komolyzenei rendezvények elsődleges közönségét alkotják. *A társadalmi struktúrában és a kulturális rétegződésben elfoglalt helyük összekapcsolódik egymással, azonban nem kizárólag a magaskultúrát preferálják, hanem „széles sávon” élvezik a kultúrát, a tömegkultúra egyes elemeit is szívesen fogyasztják.* Kulturális aktivitásuk alapján a „kulturális mindenevő” címkével jellemezhetők (Peterson és Kern 1996).

A klasszikus kultúra, a komolyzene és a modern információs társadalom egymásra találása sejlik fel az elemzés alapján. Ahogyan a szórakoztató, populáris műfajok – melyek jellemzően fogékonyak a technikai újításokra – könnyedén megtalálták helyüket, eszköze-

<sup>16</sup> Egyéb módként megemlítették még a válaszadók a blogokat, az antikváriumokat, a bulikat és koncerteket, ahol hallják az újdonságokat.

iket és közönségüket a világhálón, úgy a modern technológián felül- és kívülállónak vélt<sup>17</sup> magaskultúra is kiépítette a számára termékeny hálózati környezetet.

Az elemzés azonban rámutat arra is, hogy a komputerizáció, az informatika és a kommunikáció forradalma révén megszületett új eszközök, noha radikális változásokat eredményeztek a kultúra területén is, a *társadalmi egyenlőtlenségeket megszüntetni nem tudják*, a korlátok továbbra is léteznek. A válaszadók között rendkívül alacsony számban találhatók alacsony iskolai végzettséggel rendelkező, kedvezőtlen társadalmi helyzetű tagok, akik az offline életben „begyűjtött” hátrányaikat az online térben igyekeznének ellensúlyozni. Az adatok alátámasztják azt a tézist, hogy *az internet önmagában nem tesz csodát*, nem teszi lehetővé, hogy az egyén minden előzmény nélkül aktív kultúrafogyasztóvá váljon a világháló révén. Nem tud segíteni abban, hogy a mindennapi életben erősödjön a kultúra vonzása, definiáljuk bármiképpen is a kultúrát. Az internet arra lehet jó, hogy felerősít már meglévő kulturális elkötelezettségeket, és – kihasználva az életkori sajátosságokat – erősíti a fiatalok beágyazottságát a hálózati társadalomba, javítja az IKT-eszközökkel való ellátottságukat, valamint megnyeri őket a klasszikus kultúra számára is.

### Hivatkozott irodalom

- Antalóczy Tímea (2009): Kor-kép. In *(Vész)jelzések a kultúráról. Jelentés a magyar kultúra állapotáról*. Budapest: MTA PTI, 9–16.
- Bourdieu, Pierre (2004 [1983]): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In *A társadalmi rétegződés komponensei*. Angelusz Róbert (szerk.). Budapest: Új Mandátum, 122–138.
- Castells, Manuel (2005 [1996]): *A hálózati társadalom kialakulása. Az információ kora I. Gazdaság, társadalom, kultúra*. Budapest: Gondolat – Infónia.
- Csepeli György és Prazsák Gergő (2010): Internet és társadalmi egyenlőtlenség Magyarországon. *XXI. század – Tudományos Közlemények* (23): 7–19. Interneten: [http://epa.oszk.hu/02000/02051/00013/pdf/EPA02051\\_Tudomanyos\\_Kozlemenyek\\_23\\_007-020.pdf](http://epa.oszk.hu/02000/02051/00013/pdf/EPA02051_Tudomanyos_Kozlemenyek_23_007-020.pdf).
- Csepeli György és Prazsák Gergő (2010): Örök visszatérés? Társadalom az információs korban. Budapest: Jászóveg Műhely.
- Dessewffy Tibor (2004): *Bevezetés a jelenbe*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- DiMaggio, Paul, Hargittai Eszter, Russel Neuman és John P. Robinson (2001): Social Implications of the Internet. *Annual Reviews Sociology* (27): 307–336.
- Elias, Norbert (2004 [1939]): *A civilizáció folyamata*. Budapest: Gondolat.
- Fekete Mariann (2015): Generációs szabadidő-felhasználás képernyőn innen és képernyőn túl az 1999/2000-es és a 2009/2010-es időmérés vizsgálat tükrében. In *Kötő-jelek 2014. Örökény Antal* (szerk.). Budapest: ELTE TáTK Szociológia Doktori Iskola, 133–158.
- Hankiss Elemér (2009): Hozzászólás a Nemzeti Kultúra – kulturális nemzet vitához. In *(Vész)jelzések a kultúráról. Jelentés a magyar kultúra állapotáról*. Budapest: MTA PTI, 392–425.
- Hankiss Elemér (1978): Életminőség modellek. Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont.
- Hunyadi Zsuzsa (2005): *Kulturálódási és szabadidő-eltöltési szokások, életmódcsoportok*. Budapest: Magyar Művelődési Intézet, 5–63.

---

17 Ebben a prekoncepcióban szerepe lehet annak, hogy a klasszikus zene iránt inkább érdeklődő idősebb korosztály kevésbé beágyazott a hálózati társadalomba, mint a fiatalabb nemzedék, illetve talán közrejátszik a „kultúra” és „civilizáció” Elias (2004 [1939]) által elemzett ellentétpárja is, melynek alapján azt várhatnánk, hogy a kultúrában elmélyülni szándékozók távolságot tartanak az olyan felszínebbnek ítélt „civilizációs” vívmányoktól, mint amilyen a technika is.

- Központi Statisztikai Hivatal (2013): *Kulturálódási szokásaink. A lakosság televíziózási, olvasási jellemzőinek vizsgálata az időmérleg-felvételek segítségével*. Interneten: [http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/kult\\_szokasok.pdf](http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/kult_szokasok.pdf) (letöltve: 2013. szeptember 15.)
- Kroeber, Alfred L., Clyde Kluckhohn és Wayne Untereiner (1952): *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions*. New York: Vintage.
- Kuti Éva (2009): A kultúra iránti érdeklődés és a kultúrafogyasztás alakulása a Nemzeti Médiaanalízis adatai alapján. In *(Vész)jelzések a kultúráról*. Budapest: MTA PTI, 153–199.
- Peterson, Richard A. és Roger M. Kern (1996): Changing Highbrow Taste. From Snob to Omnivore. *American Sociological Review* 61(5): 900–907.
- Vásárhelyi Mária (2005): „A színház egy zárt világ?” In *Színházi jelenlét, színházi jövőkép*. Tompa Andrea (szerk.) Budapest: NKA Kutatások I. Országos Színháztörténeti Múzeum és Intézet, 139–217.
- Vitányi Iván (2006): *A magyar kultúra esélyei*. Budapest: MTA Társadalomkutató Központ.
- Z. Karvalics László (2004): *Bevezetés az információtörténelembe*. Budapest: Gondolat – Infónia.

## Internetes paródiavideók és ifjúsági médiahasználat<sup>1</sup>

### Bevezetés

Az ifjúsági médiahasználat megismerését célzó közelmúltbeli kutatásunk (Glózer et al. 2014; Guld és Maksa 2014) fontos megfigyelése, hogy a közösségi médiában otthonosan mozgó fiatalok lelkes és tömeges fogyasztói különféle humoros, parodisztikus stílusú, társadalmi és kulturális témákra reflektáló videóknak. A közösségi oldalakon, videomegosztókon gyakran többféle változatban is jelen vannak, vírusszerűen terjednek ezek a népszerű mémek,<sup>2</sup> vicces videók. A tartalmak készítői gyakran ismeretlenek vagy inkognitóban vannak jelen a virtuális térben, műveik fogyasztása ugyanakkor közösségi és közösségteremtő reflexív gyakorlat. Egy-egy népszerű szerző, tartalom-előállító munkássága megtekintések, hozzászólások sokaságát, rajongói törzsközönségek létrejöttét eredményezi.

Az általam vizsgált paródiavideók ismert mozifilmek, talkshow-k, hírműsorok részleteiből, szereplőiből, zenei slágerek felhasználásával remixelt alkotások, melyekben gyakran az említett mémek, vírusvideók részletei és az internet hétköznapi celebjei (vírusvideókban feltűnő hajléktalanok, lecsúszott, perifériára sodródott emberek) is megjelennek. A filmek-

---

1 Jelen írás alapjául a TÁMOP-4.2.3.-12/1/KONV-2012-0016 *Tudománykommunikáció a Z generációnak* projekt keretében folytatott kutatómunka szolgál.

2 A mém fogalma Richard Dawkins (1976) nevéhez kötődik, aki a gének analógiájára a kultúra olyan kis egységeit (például gondolatokat, szimbólumokat vagy sajátos gyakorlatokat) nevez így, melyek utánzás vagy másolás révén terjednek, és képesek reprodukálni saját szociokulturális környezetüket (vö. Veszelszki 2013; Domokos 2014). E heves vitákat kiváltó fogalom használatakor a tanulmányban Shifman (2012) értelmezését követem, aki hangsúlyozza az emberi tevékenység szerepét a mémek létrejöttében, és az ember technológiai, kulturális és szociális választásokra adott reakcióiként értelmezi azokat. A tanulmányban olyan képszerkesztő vagy mémgeneráló programok segítségével készült képi vagy audiovizuális médiatartalmak kapcsán használok ezt a terminust, melyek többnyire aktuális eseményekre, hírekre, médiaszereplőkre vagy -tartalmakra reflektálnak humoros formában.

ben az erőszak és különféle devianciák<sup>3</sup> karneváli tobzódását, hiperbolisztikus ábrázolását láthatjuk, ami éppúgy a humor forrásává válik, mint a társadalom peremére szorult szereplők személye, viselkedése. A felhasznált hétköznapi karaktereteket a szemügyre vett szerző, Pempi kiragadja eredeti közegükből, és a filmek, videojátékok, sztárok világába helyezi át, ezzel a nagyon erős kontextusváltással egyszerre érvényteleníti, megkérdőjelezi a virtuális és médiavilágot, valamint a társadalom és kultúra perifériáján lévő jelenségeket.

A vizsgálat tárgyát képező online videók kétségkívül megosztóak: miközben a fiatal rajongók önfeledten szórakoznak ezeken, mások a politikai korrektség, vagy egyszerűen csak az emberi jóérzés jegyében megbotránkozva ítélik el az esetetek kigúnyolását. Az alábbi elemzés központi kérdése, hogy itt valóban pusztán csak erről van-e szó, vagy a paródiák készítésének és fogyasztásának mediatisztált társadalmi gyakorlata valamilyen sajátos társadalmi-kulturális<sup>4</sup> funkcióval rendelkezik. Mindezek értelmezésére többféle nézőpont kínálkozik.

Mivel a mindennapok (médiá)valóságára adott humoros reflexiókban felfedezhető egy populáris társadalomkritika, így mindez vizsgálható a mediatisztált politikai kommunikáció részeként, mint a klasszikus politikai véleményalkotás egyik alternatívája. Ezt az értelmezést azok a kutatási eredmények<sup>5</sup> is alátámasztják, melyek egyértelműen jelzik, hogy a jelenlegi fiatal és fiatal felnőtt korosztályok közömbösek vagy elutasítóak a politika, a közélet kérdései iránt, és ez a tendencia az utóbbi években egyre erősödik (Oross 2013: 305). A hagyományos politikai intézményekben és aktivitásokban többségük nem bíz, a politikai részvételtől távol maradnak. A Magyar Választáskutató Program keretében az elmúlt évtizedekben a kutatók külön figyelmet szenteltek a 15–29 éves korosztálynak, amelynek körében azt tapasztalták, hogy „egyrészt a magyar fiatalok teljes közönyt mutatnak a közéleti, politikai kérdések iránt, másrészt »kiesnek« és nem kilépnek a politikai társadalom alól. Ez tehát azt is jelenti, hogy nemcsak hogy nem érdekli őket mindaz, amit összefoglalóan közéleti kérdéseknek nevezünk, hanem látványosan el is fordulnak ezektől a témáktól” (Szabó és Kern 2011: 73). A magyar fiatalok politikai aktivitása – más kelet-európai országokhoz hasonlóan – jelentősen elmarad a nyugati társadalmak fiatal generációinak politikai tájékozottsága és részvétele mögött, de alulmúlja a hazai felnőtt korosztályokét is. A politikatudományt ennek az elfordulásnak az okai, magyarázatai érdeklik elsősorban, ezeket egyrészt a magyar politikai szocializációnak a Kádár-korszakig visszavezethető deficitjeiben (Szabó Ildikó, idézi Szabó és Kern 2011), a magyar társadalom általában vett apolitikusságában és politikaellenességében (Körösenyi 1996; Szabó Miklós, idézi Szabó és Kern 2011), a politikai és gazdasági rendszerváltozás ellentmondásaiban és a hazai civil társadalom általános gyengeségében látják. Egyes elemzők ugyanakkor felhívják a figyelmet arra, hogy „a politikai részvétel változása, a részvétel terén nyíló új lehetőségek a politikai részvételtől alkotott korábbi koncepciók újragondolását teszik szükségessé” (Oross 2013: 309). Velük egyetértve magam is úgy vélem,

3 Elsősorban a mértéktelen alkoholfogyasztás, a hajléktalanság, az etnikai másság, az extrém külső megjelenés különféle formái, a meghökkentő, megbotránkoztató viselkedés, a trágár beszéd, az erőszak, a reflektálatlan butaság és az antiszociális viselkedés különféle formái jelennek meg a filmekben.

4 A „kultúra” és a „kulturális” kifejezések, fogalmak használata során Clifford Geertz (2001) értelmezését követem.

5 Például a nemzetközi EUKIDS kutatás magyar modulja: <http://ithaka.hu> vagy a TÁMOP-4.2.3.-12/1/KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt felmérése: [www.zgeneracio.hu](http://www.zgeneracio.hu) és az ennek alapján készült tanulmányok: Guld és Maksa (2014); Glózer (2013).



hogy a jelenség vizsgálatakor – a fiatal generációk viselkedésének sajátosságait követve – számolni kell azokkal az egyre fontosabbá váló online participációs formákkal is, melyek offline közéleti aktivitások *mellett*, azokat támogatva (lásd Bolcsó 2013) vagy azok *helyett*, online felületeken, esetenként kreatív vagy játékos formában adnak teret a fiatalok közéleti-politikai véleménynyilvánításának.

Az online paródiavideók értelmezésében máshova kerül a hangsúly, ha e népszerű tartalmak előállítását az internetes médiagazdaság piaci összefüggésrendszerén belül vizsgáljuk. Ebben az esetben sajátos alkotói intenciókat és esztétikai értékeket felmutató, szórakoztató jellegű médiaipari tevékenységet látunk magunk előtt, mely szervesen beágyazódik az online média- és reklámpiac rendszerébe (Csigó 2009; Glózer 2014). A tartalom-előállítás technológiáját tekintve vizsgálható e kulturális produktumok tömeges előállításának ökonómiaja is, melyet a tartalmak moduláris felépítésén alapuló remix technológia (Manovich 2007 [2005]), a konvergencia (vagyis a platformok, felületek közötti szabad áramlás, átjárhatóság, lásd Jenkins 2006), illetve a televízió és az online videoszcéna egymásba fonódása, új hibrid műfajok terjedése jellemez (Csigó 2009).

A szerzők anonimitása, a különféle változatok párhuzamos, egyidejű cirkulálása, a tartalmaknak a mindennapok kultúrájához való szoros kapcsolódása, továbbá a fogyasztók közötti terjesztés módja (interaktivitás, online továbbítás, megosztás) arra is ösztönözhet bennünket, hogy a paródiavideókat és számos hasonló műfajt<sup>6</sup> az internetes folklór fejleményeként interpretáljuk (Bronner, idézi Domokos 2014: 286). Az alábbiakban először erre teszünk kísérletet.

### Az internetes folklór

A folklór jelenléte a digitális médiában nem új keletű, noha tudományos vizsgálata mindössze néhány évtizedes múltra tekint vissza.<sup>7</sup> Az internet különféle felületein már a kezdetektől jelen vannak olyan megnyilvánulások és (nagyon tág értelemben vett) „szövegek”, amelyek az internet előtti kor folklórjelenségeihez hasonlatosak. Ismeretlen, névtelen felhasználók által létrehozott, közzétett, továbbított szöveges, képi és/vagy zenés tartalmakról van szó, melyek önálló életre kelnek a világhálón. A felhasználók nemcsak megtekintik, továbbítják, hanem gyakran átalakítják, módosítják is, saját tartalmaik létrehozásához nyersanyagként használják fel ezeket a közléseket, amelyek azután egyidejűleg többféle verzióban, kombinációban is jelen vannak különféle internetes oldalakon. Gyakori jellemzőjük a „komolytalanság”: a humor, vicc, ironia és paródia, a rémhír, pletyka, gúny vagy ugratás (Kuipers 2002; Blank 2009; Boxman-Shabtai és Shifman 2015; Shifman 2012; Veszelszki 2013).

6 Az online videoszcéna formálódó műfajai – beauty-videó, vlog, gameplay, haulvideó, tagvideó – maguk is átvétel, utánzás révén terjednek, az egyes videóban jól megfigyelhető a különféle gesztusok, témák, stíluselemek átvétele, újrakombinálása (vö. Glózer 2014). A folklorizáció az online amatőr videók termelődésének meghatározó sajátossága.

7 Az ezzel kapcsolatos kérdéseket, vitákat, problémákat tekinti át tanulmányában Domokos Mariann (2014). A vizsgált jelenségekör kapcsán ő az elektronikus folklór megnevezés használatát javasolja (Domokos 2014: 287), mely lehetővé teszi az internetfolklór és az SMS-folklór egyazon elméleti keretben való tárgyalását. Tanulmányomban az interneten elérhető folklorisztikus tartalmakkal foglalkozom, melyeket az internetes folklór fogalmi keretében vizsgálók, ezért nem térek ki részletesen az SMS-folklór nyelvészeti-etnográfiai elméleteire és kutatási eredményeire (Balázs 2004, 2006, 2007).

A folklór mediatizált formái már az internet megjelenése előtt, egyéb modern kommunikációs technológiákhoz és eszközökhöz kapcsolódóan megjelentek. Alan Dundes és Carl Pagter az 1970-es évek eleje óta kísérték figyelemmel először a nagyvárosi irodák dolgozói körében papíron, az akkoriban elterjedt fénymásoló gépek segítségével sokszorosított és terjesztett vicceket, képregényeket (Dundes és Pagter 1987). Később a faxkészülékeknek a sokszorosításban és továbbításban játszott szerepére hívták fel a figyelmet (Dundes és Pagter 1991), a '90-es évek közepén (Dundes és Pagter 1996) a személyi számítógépek, az internet és különösen az e-mailek ilyen irányú funkcióit írták le. 2000-ben publikált könyvükben (Dundes és Pagter 2000) pedig már az internetnek a folklórtartalmak létrehozásában és cseréjében játszott központi szerepét hangsúlyozták. Kutatássorozatuk pontosan nyomon követi azt a folyamatot, amelynek során a modern folklór a technológiai fejlődés nyomában járva áttelepült a mediatizált kommunikáció közegébe (Frank 2004; Bodoky 2006).

Az internetes folklór jelenségeinek köre a technológiák és a használat gyors ütemű fejlődésével együtt változik. Az ezeket vizsgáló „virtuális etnográfia” útkeresése az e-mailek, elektronikus úton terjesztett szövegek (lánclevelek, e-mailen, weboldalakon, blogokon és fórumokon közzétett viccek, álhírek, hoaxok, városi legendák) kutatásával kezdődött, majd az interneten kommunikáló közösségek (beszélgetőcsoportok, chatoldalak) vizsgálatával folytatódott. Napjainkban a közösségi oldalak, videojátékok, videomegosztókon terjedő digitálisan manipulált képek, remixelt videók állnak a „netnográfiai” érdeklődés fókuszában.

Az e-mailek (Blank 2009; Boxman-Shabtai és Shifman 2015; Frank 2009; Kibby 2005), lánclevelek, valamint a beszélgetőfórumok (Fernback 2003) működése kapcsán végzett kutatások központi kérdésköre, hogy a mediatizált környezet hogyan alakítja át a folklór eredeti orális jellegét, illetve hogy egyáltalán mennyiben tekinthető folklórnak mindaz, ami a továbbított e-mailekben, városi legendákban, viccekben és egyéb tartalmakban variálódik és cirkulál. Az ezzel foglalkozó szerzők fontos hivatkozási pontja Walter Ong „másodlagos oralitás” fogalma (vö. Fernback 2003; Kibby 2005: 771), mellyel a szerző a szóbeliségből az írásbeliségbe történő átmenetet jellemzi a mediatizált kommunikáció kontextusában. Az internet közegében a kommunikáció nagyrészt írott szövegek által zajlik, melyek azonban magukon viselik a szóbeli megnyilatkozások számos jellemzőjét: képesek a részvétel élményét nyújtani, valamiféle kollektív bölcsességben gyökereznek és a jelenre orientáltak. Az e-mailes kommunikációban a kutatók a másodlagos oralitás jellegzetes megvalósulását látják, mely imitálja a tényleges beszédhelyzetet, írásbelisége révén ugyanakkor fokozottan hitelesíti a közlés tartalmát, és informális nyelvezete révén egyúttal lazítja a társas kapcsolatok szokásos konvencióit (Kibby 2005: 772; lásd még Domokos 2014: 286).

A 2000-es évektől kezdve jelentek meg az interneten a digitálisan manipulált képek, ez tette egyértelművé a kutatók számára, hogy a „fotosopok”, mémek, és legújabban a multimédiás tartalmak, videofilmek is az internetes folklór részei (Bodoky 2006; Boxman-Shabtai és Shifman 2015). A videomegosztókon ma tömegével terjednek a laikusok által készített mémvideók, ezek Shifman szerint elsősorban a bennük rejlő humor, egyszerűség és ismétlődés, valamint az átlagemberek ábrázolása és furcsa, bizarr tartalmak megjelenítése miatt népszerűek, és kerülnek újra meg újra átdolgozásra, remixelésre (Shifman 2012). A komplex kultúrák sajátos egységeiből (mémekből) pastiche- és bricolage-technikával előállított származékos művek a vizuális médiakultúra legújabb folklorisztikus alkotásai. Terjesztésük és cirkulációjuk jellemző dinamikája pedig egyre kevésbé a küldés, a továbbítás – ennek helyét az új médiában a megosztás, az elérhetővé tétel közösségi formái veszik át.

A hagyományos orális folklór mediatizációja egy sereg tartalmi, stilisztikai, műfaji átalakulást eredményezett: a természetes nyelvi szövegek mellé csatlakozott, és azokat egyre inkább fel is váltja a képi és multimédiás nyelvezet, új – jellemzően kevert, hibrid – műfajok jönnek létre, számos régi történet és városi legenda születik újjá az interneten (Kibby 2005; Fernback 2003). A digitális környezetben az orális folklórból jól ismert etnikai humor is átalakul, lokális orientációja globálissá válik, elhagyja a hagyományos etnikus sztereotípiákat és új műfajokban nyilvánul meg (Boxman-Shabtai és Shifman 2015). Az internetes, vizuális megjelenítés hatására a hagyományos katasztrófaviccek jellege is megváltozik (Kuipers 2002): perszonalizálódnak, fokozottabban jelen van bennük az erőszak és a különféle tabutémák (szex, vallás, etnicitás).

### A késő modern, tabloid hipermédia

A folklorizáció online színtereken történő megjelenéséhez minden bizonnyal hozzájárultak azok az átalakulások, amelyek a közügyek médiabeli reprezentációjában, magában a nyilvánosságban, illetve ezek tudományos megítélésében következtek be az elmúlt néhány évtizedben. A „köz” érdekeit szolgáló, értékeket felmutató, informáló-nevelő média eszménye, mely a közszolgálati média koncepciójában csúcsosodott ki, mára számos ponton problematikussá vált. Az ennek talán legfontosabb kiindulópontját jelentő habermasi normatív nyilvánosságfogalom (vö. Habermas 1993 [1962]) felett – ideértve a média szerepének megítélését is – azóta eljárt az idő. A televíziózás, majd pedig az internet olyan technológiai és médiahasználati, médiafogyasztást érintő változásokat hozott, melyek nyomán egy újfajta demokratikusabb, „plebejus” nyilvánosság (Császi 2011) bontakozott ki.

Ennek az új populáris és plurális nyilvánosságnak a legfőbb jellemzője a hétköznapiság, a témák, a szereplők és a nyelv tekintetében egyaránt. A tabloidizáció révén teret nyert a médiában a személyesség, a botrányok, pletykák<sup>8</sup> és általában véve a szórakoztatás, hogy kielégítse a valóság iránti felfokozott igényt, mely Császi szerint a késő modern társadalmak egyik fontos jellemzője. A mindennapiság bemutatása révén a tabloid végső soron azal igyekszik megnyerni és lebilincselni a közönséget, hogy önmagát mutassa neki. Az új, a szórakoztatást és az informálást vegyítő tabloid médiaműfajok éppen azért sikeresek, mert közel állnak a hétköznapiok spontaneitásához, közvetlenségéhez.

A szappanoperák, talkshow-k, reality show-k újdonsága a szubjektív nézőpont alkalmazása, az érzelmekre és nem az értelemre hatni akarás, a deviáns, a másfajta, a groteszk, a botrányos bemutatása, a mindennapi normák és erkölcs megsértésének ábrázolása (Császi 2011: 26). Ez a diskurzus tehát nem a követendő normát, a magaskultúrát jeleníti meg, hanem épp ellenkezőleg, „az átlagost tematizálja valamilyen meghökkentő deviancián keresztül” (Császi 2011: 17). A deviancia bemutatása pedig nem az elrettentést, az erkölcsi normák nevelő célú felmutatását vagy a fennálló viszonyok elleni lázadást szolgálja, hanem – mivel élvezetes formában történik – a közönség szórakoztatását.

A technológiai fejlődés a különféle médiumok (zene, film, televízió, rádió, internet), műfajok (webtvé és -rádió, online újság, valóságshow stb.) sajátos keveredését hozta magá-

<sup>8</sup> Ezeknek a jelenségeknek a kapcsán jól látszik a folklorizálódás és a tabloidizáció trendjei közötti párhuzamosság, korreláció.

val. A mediális határok átjárhatóvá váltak, a konvergencia (vö. Jenkins 2006) és a hibriditás lett az úgynevezett „hipermédia”<sup>9</sup> egyik szembetűnő jellemzője. A mozgókép ritmusa felgyorsult, a tartalomszervezés tekintetében a linearitás rovására előtérbe került az intertextualitás, és meghatározóvá vált az amatőrök tartalomszolgáltató tevékenysége – mindezek eredményeként új kulturális kompetenciák váltak szükségessé és jelentek meg a fogyasztók körében. A hagyományos (paleo)televízió a háború utáni (rádió, mozi és a nyomtatott sajtó szocializálódott) nézőknek készült, az ezt követő neotelevízió a televízió felnőtt (és magas szintű audiovizuális interpretációs készségre szert tett) új generációt szólította meg, a hipertelevízió pedig már „olyan nézőkhöz szól, akik szakértői a fragmentált szövegek értelmezésének, és kompetensek az interaktív környezetben való navigálásban” (Scolaritól idézi Császi 2011: 42). Elsősorban tehát a fiatal, már az internethasználatba beleszülető legifjabb generációk azok, amelyek ennek az újfajta kompetenciának a birtokában vannak, az ő figyelmük előtérben pedig már nem is annyira a televízió, mint inkább az internet áll.

Az internetes folklór a kezdetektől teret ad a felhasználókat foglalkoztató társadalmi jelenségekre, veszélyekre, félelmekre adott reflexióknak. Az internet megjelenésekor számos vicc éppen az ember és a számítógép viszonyában rejlő nyugtalanító momentumokra, a számítógépek, és később az internet emberek feletti (esetleges) hatalmára reflektált humoros formában (vö. Bronner 2009). Az aktuális problémákkal, az embereket foglalkoztató kérdésekkel kapcsolatos véleménynyilvánításhoz kiváló nyersanyagot kínál a hírmédia, mely folyamatosan ontja a netes folklór számára szinte kínálkozó bulvárhíreket, botrányos vagy drámai eseményekről, katasztrófákról szóló tudósításokat. Az ezek felhasználásával létrejövő folklórjellegű szövegek, képek, diskurzusok nagyon fontos szimbolikus-rituális funkciót töltenek be a drámai események, társadalmi problémák, feszültségek és ellentmondások kollektív feldolgozása során.

A 2001-es amerikai terrortámadások kapcsán tömegesen jelentek meg az interneten az eseményekre humoros, sőt gyakran morbid módon reflektáló viccek, képek<sup>10</sup> (vö. Frank 2004; Bodoky 2006; Császi 2002). A szeptember 11-i terrortámadások vicceken keresztüli tematizációjának (vö. Kuipers 2002) a rituális médiaelmélet képviselői (a Challenger űrhajó katasztrófáját követő vicchullámhoz hasonlóan) terapeutikus és egyúttal kritikai funkciót tulajdonítanak: az e viccekben megnyilvánuló humor szerintük „az egyik legfontosabb – bár nem az egyetlen – eszköze a média által közvetített távoli, sokkoló képekkel való rituális megbirkózásnak” (Császi 2002: 200). Császi szerint a médiakutatók három tudományos magyarázat, metanarratíva valamelyikének segítségével igyekeztek értelmezni ezt az ellentmondásos, sokakban visszatetszést keltő jelenséget.

A társadalomkritikai magyarázat szerint a katasztrófaviccek a társadalom értékrendjében, a térapias szerint az emberek érzelmi állapotában, a médiakritikai magyarázat szerint pedig a kulturális normákban bekövetkezett határsértéseket tematizálják humorosan. Mindháromra jellemző, hogy a katasztrófák feldolgozásának a folyamatát átmeneti rítusokként képzelik el, amelyek a szerencsétlenség által okozott sokk, veszteség és gyász fázisain keresztül vezetik át az embereket (Császi 2002: 202).

9 Eco terminológiájában a *paleotelevízió* az állami közszolgálati televízió modelljét, a *neotelevízió* a kereskedelmi televíziók világát jelenti, a *hipermédia* kifejezéssel pedig Scolari a különféle médiumok egymást átszövő sajátos keveredését, késő modernitásbeli hibridjét igyekszik megragadni (vö. Császi 2011).

10 Például: „Minek a rövidítése a WTC? Milyen (What) Trade Center?”; „Hallotta, hogy nincs több segítő kézre szüksége a WTC romjait takarító munkásoknak? Találtak 5000 extra kezét” (Császi 2002: 172).

A viccek, manipulált fotók és mozgóképek tehát úgy segítik hozzá az azokat megfogalmazó, továbbító, megtekintő személyeket a traumák, határsértések feldolgozásához, hogy lehetőséget kínálnak számukra a véleménynyilvánításra, szimbolikus kijelentések megtételére, nyilvános reflexiókra. A médiakatasztrófák képeinek kreatív feldolgozása – és erre a kutatók Diana hercegnő 1997-ben bekövetkezett halálos balesete után figyeltek fel – már nem egymásnak szóban elmesélt, hanem valamilyen mediatizált formában továbbított viccek segítségével történik (Kuipers 2002).

Fernback az amerikai városi legendák körül kialakuló beszélgetőcsoportok működése kapcsán utal e legendák és a róluk folyó internetes diskurzus rituális-terapikus funkciójára (Fernback 2003). A beszélgetőcsoportokban zajló textuális cserék folklorisztikus „meséket” közvetítenek, elemeznek és vitatnak meg, különös tekintettel azok hitelességére. A tipikus amerikai városi legendák ufók általi elrablásokról, gyógyszergyártó cégek logójában elrejtett sátánista szimbólumokról, a csatornában élő és szaporodó aligátorokról, halloweencukorkákba rejtett borotvapengéről, méregről és hasonlókra szólnak. Ezek az eredetileg az orális kultúra részeként létező narratívák idővel átkerültek az internet közegébe, és ezzel együtt a humanitás és szociabilitás attitűdje is megjelent a virtuális térben. Ezek a történetek ugyanis gyakran különféle veszélyekre – például mérgezett vagy romlott élelmiszerekre, szervkereskedelemmel kapcsolatos kockázatokra, szökött gyilkosokra – figyelmeztetnek, azaz valamiféle veszély- és felelősségérzet munkál bennük. A jótékony célú adománygyűjtő vagy számítógépes vírusokra figyelmeztető lánclevelek, petíciók humanitárius szerepet, terapikus, helyreállító és rituális funkciót töltenek be, és eközben közösséget építenek (Fernback 2003). Morális üzenetükön túl megmutatják a rúthoz, a csúnyasághoz való furcsa kulturális vonzódásunkat is, mely mindennapi életünk normális és békés felszíne alatt húzódik meg. E történetek végső soron a társadalmi normákat erősítik, amikor a hagyományos erkölcsiséget hangsúlyozzák a megjelenített társadalmi patológiákkal szemben. A városi legendák – mondja Fernback – a hagyományos folklórhoz hasonlóan a valóság egy változatát beszélik el, ezáltal öntudatlanul is annak a társadalomnak a tagjai közötti kapcsolatokra reflektálnak, melyben cirkulálnak. Végső soron tehát a társadalmi káosz különféle formáira adott rituális válaszokként működnek, miközben csökkentik a szorongást és a szubkulturális elszigeteltséget (Fernback 2003).

Boxman-Shabtai és Shifman (2015) izraeli felhasználók által e-mailen továbbított etnikus tartalmú viccek és képek elemzése kapcsán megállapították, hogy e küldemények érzékenyen reflektálnak a multietnikus izraeli társadalmon belüli etnikai (erő)viszonyok változására, a nyugat-európai, exszovjet, afrikai és ázsiai zsidó közösségek tagjaira, illetve az ország arab állampolgáira vonatkozó etnikai sztereotípiákra, feszültségekre, az izraeli identitás formálódására.

Mint a fenti példából is látható, a társadalomra, a társas kapcsolatokra történő mediatisált, folklorisztikus reflexió alapvetően kritikus: a dilemmákra, veszélyekre, hibákra, az egyén sérülékenységére hívja fel a figyelmet, bírálja a késő modern társadalmak viszonyrendszerét, a kapitalizmust, az elidegenedést és magát a populáris médiakultúrát is (vö. Kuipers 2002). Mindez nem racionális érvek formájában, hanem fikción alapuló narratívák, legendák, pletykák és egyéb populáris műfajok keretei között fogalmazódik meg. Ez az összefüggés ismerős a késő modernitás jelenségeit kutató szociológusok számára is. Beck és Giddens a populáris médiában és az intimitás nyilvános (tabloid) tárgyalásában már évtizedekkel ezelőtt „a közéletiség nem politikai jellegű új formáját látták, ami a politikai nyilvánosság

habermasi fogalmának lényeges átértelmezését és kitágítását jelentette” (Császi 2011: 54). Miközben az embereket világszerte a politikától való elfordulás, a hagyományos politikai intézmények és gyakorlatok kiüresedése jellemzi, a populáris nyilvánosság, a hipermédia és az internet (egymással konvergáló) új színterein a tabloid személyessége, hétköznapisága révén új tér bontakozik ki a közéleti kérdések tematizációja számára. Az emberek már nem egy kritikai nyilvánosság színterein érvelve fejezik ki véleményüket, gondolataikat az őket körülvevő társadalmi, kulturális és politikai viszonyokról, hanem a populáris, plebejus nyilvánosság tereiben, a neomédia témáit, beszédmódjait, műfajait felhasználva, hibrid folklorisztikus tartalmak segítségével. Ez az újfajta kulturális nyilvánosság – Silverston kifejezésével „médiapolisz” – jóval tágabb, mint a korábbi politikai nyilvánosság, hiszen teret ad a korábban perifériára szorult, kirekesztett hétköznapi szereplőknek, témáknak, beszédmódoknak, miközben szorosan követi a társadalmi és technológiai változásokat (vö. Császi 2011: 68).

### **Technológiai háttér: új média, remixelhetőség**

A technológiának és az azt beágyazó mediális környezetnek nagyon fontos szerepe van az újfajta reflexiós formák megjelenésében.<sup>11</sup> Lev Manovich szerint az információnak a web 2.0 korát jellemző sokirányú és folyamatos áramlása, az ezt lehetővé technológiák „arra ösztönzik az embereket, hogy az információt a különböző forrásokból saját tereikbe emeljék át, azokat remixeljék, majd mások számára is elérhetővé tegyék, és hogy együttműködjenek (vagy legalábbis együtt játsszanak) a különböző közös információs platformokon” (Manovich 2007 [2005]: 79). Ez a „kollaboratív remixelhetőség” egy olyan átalakítási folyamatot tesz lehetővé, melynek során az információ átrendezhető, és új formák, elképzelések vagy szolgáltatások alapjául szolgálhat – ezáltal kitölti a személyes és a közösségi közötti kontinuumot (Dybwardtól idéz Manovich 2007 [2005]: 80). Az új média sajátossága, hogy a befogadó többé nem végpontja, hanem köztes állomása az információnak, melynek továbbíthatósága szorosan összefügg az említett remixelhetőséggel.

A remixelést napjainkban különösen megkönnyítik a grafikai és zenei szoftverek, valamint az internet, mely könnyen hozzáférhetővé teszi a tartalmakat és teret ad az új produkciók publikálásának. A jelenségnek fontos feltétele az a fajta modularitás, mely a különféle (zenei és szoftver-) minták, elemek nyíltan és lényegében legálisan zajló gyűjtését és felhasználását teszi lehetővé. Az 1980-as évektől kezdődően a zenészek elkezdtek máshonnan átvett hangmintákkal dolgozni, a tévé nézők kedvelt sorozataikból sajátos keverékfilmeket készítettek, kedvenc karaktereik felhasználásával alternatív forgatókönyveket írtak (vö. Jenkins 2007 [1992]), a számítógépes játékok rajongói kedvük szerinti kiegészítéseket készítettek a játékokhoz.

Manovich arra is rámutat, hogy ezzel együtt a modularizáció, és nyomában a remixelhetőség számára átjárhatóvá válnak a különféle kulturális területek, médiumok: „A szereplők, helyszínek, ikonikus képek nem csak egy kulturális termékben jelennek meg, hanem egész spektrumokban: folytatásos filmekben, számítógépes játékokban, vidámparkokban, játékokban” (Manovich 2007 [2005]: 89).

---

<sup>11</sup> McLuhan közismert tézise szerint a „médium maga az üzenet” (McLuhan 1994), azaz a médium elsősorban nem az általa közvetített tartalom, hanem különösen a maga technológiai sajátosságai, használati módjai révén alakítja, befolyásolja a használó egyént, hat a társadalomra.

A remixelhetőség szempontjából különösen izgalmas nyersanyag a film, melyet ugyanő egy másik tanulmányában „kulturális interfésznek” (Manovich 2001 [1997]) nevez. A számítógépben levő adatok megjelenítésének módjai közül szerint dominánssá válik a filmes ábrázolás, mivel a film – már ismert kulturális formákon alapul – nyelvét minden felhasználó érti és képes használni. Napjainkban az internetes folklór meghatározó eljárásaként működő remixelés is ezen a filmes interfészen keresztül működik és éri el hatását, amely döntően a szórakoztatás, a nevetetés.

### A tabloid hipermédia jellemzői a paródiavideókban

Pempi csatornáját<sup>12</sup> az aktuális statisztika<sup>13</sup> adatai szerint több mint 47 000-en követik, egy másik, szintén hozzá köthető csatorna (Pempi – COMEDY CHANNEL<sup>14</sup>) látogatottságát is hozzávéve körülbelül 60 000 felhasználó értesül arról, ha kipo sztol egy új videót vagy egyéb tartalmat. A kezdetektől napjainkig mintegy 14 millió összes videomegtekintéssel büszkélkedhet, napi átlagban ez 20–30 ezer megtekintést jelent. Mivel egy-egy felhasználó általában több videót is megnéz egymás után, ezért ez a szám körülbelül napi 10 000 látogatót takar. A Facebook közösségi portálon Pempi hivatalos oldalának<sup>15</sup> ugyanekkor 17 063 rajongója van, a Facebookos statisztika szerint többségükben 18–24 év közötti fiatalok.

Csatornáin népszerű mozifilmek (például a *Bukás*, *Penge*, *Titanic*, *Skyfall*, *Mortal Kombat*, *Star Trek*, *Gyűrűk Ura*, *Sikoly*, *Gravitáció*), aktuális és retroszlágerek (Majka: *Belehalok*, Neoton Família: *Nyár van*, Psy, Shakira, Rihanna, Miley Cyrus stb. dalai), bulvár-műsorok, szappanoperák és valóságshow-k (*Mónika Show*, *Joshi Bharat*, *Szomszédok*, *Való Világ*, *Éjjel-nappal Budapest*), számítógépes játékok (*Slender Man*, *Half Life*), népszerű internetes amatőr videók karaktereit, részleteit keveri újra, és komponál ezekből egyedi stílusú rövid videókat. A szereplők pop/rock zenészek (Will.i.am, Lady Gaga és a fent említett sztárok), hazai és külföldi hírességek, média- és internetcelebek (Szellő István, Erős Antónia, Gálvölgyi János, Mucsi Zoltán, Fekete Pákó, Alekosz, Gáspár Győző, Majka stb.). A végeredmény pedig: abszurd és vicces, egyszerre tragikus és komikus, groteszk, de vég-ső soron nevetésre készítő, a trágárságot sem nélkülöző videók. A hollywoodi sikerfilmek képkockáin a színészek arca helyett celebek, valóságshow-szereplők odamontírozott fejét látjuk, hangjukat halljuk, a mozgófilm háttérében sokszor remixelt slágerzenét hallunk. Az így létrejött alkotásokat az ifjú rajongói közösség lelkesen nézi, várja, véleményezi. A videomeszostóra feltöltött filmek követői a kapcsolódó kommentelő felületen és a közösségi oldalon is hozzászólások, tetszésnyilvánítások,<sup>16</sup> kérések<sup>17</sup> és kérdések formájában

12 <http://www.youtube.com/user/javraj87>

13 Az adatok a 2014. április 28-i állapotot tükrözik. Ezt követően a kézirat lezárása előtt, 2014. május 12-én a YouTube a szerzői jogok sorozatos megsértése miatt a csatornát törölte, ezért az oda feltöltött és a kutatás során elemzett videók internetcímét a tanulmányban nem áll módomban feltüntetni. A történekről Pempi is beszámol a Requiem egy Pempiert című videóban: [http://www.youtube.com/watch?v=QFF\\_IYXVHik](http://www.youtube.com/watch?v=QFF_IYXVHik) (letöltve: 2014. május 28.). A törölt filmek egy része elérhető Pempi egyéb YouTube-os csatornáin.

14 <http://www.youtube.com/user/PempiHD>

15 <https://www.facebook.com/javraj87?fref=ts>

16 „nagyon jó lett a remix így tovább”, „nagyon nagy”, „LOOOOOL”, „kurv@ jó vid :D”

17 „Pempi nemakarsz tűzoltókkal csinálni egy vidit? ☺ ha igen azt előre megköszönném a kollegák nevében akikkel nagy rajongóid vagyunk ☺”.

reflektálnak, és kísérik figyelemmel Pempi munkásságát. Szerzeményei – ahogy saját maga nevezi – „vicces videók, remixek, paródiák”. Emellett népszerű videojátékok (Slender Man, Half Life) végigjátszott és kommentált felvételei is megtalálhatóak a csatornán. Ezek nyilvánvaló célja, hogy a játék során „elakadó”, nehézségbe ütköző játékosársaknak humoros formában adjon tippet, mutasson be trükköket, melyekkel sikeresen végig tudják játszani az egyes játékokat. A közönséget ezen a módon szórakoztató, sikerélményhez segítő szerző egyúttal élményközösséget is kínál követőinek.

Pempi ténykedése a jelek szerint nem öncélú, nagyon is fontos számára a közönség visszajelzése mind szerzőként, mind pedig internetes „vállalkozóként”. Facebookos oldalán található posztjaiban gyakran kéri a közönség véleményét, ötleteit,<sup>18</sup> és él a felület által biztosított közvélemény-kutatási lehetőséggel is. YouTube-os csatornáján „Pempi válaszol” címmel rendszeresen jelentkező videosorozatot indított, amelyben televízióadást imitálva humorosan, a filmjeire (az azokban elhangzó poénokra, gegekre) tett vicces utalásokkal válaszol a követői által e-mailben, Facebookon hozzá intézett kérdésekre. Ezeknek a kérdéseknek és válaszoknak gyakran semmi más funkciójuk nincs, mint hogy a szerző és közönsége összekacsintson, összenevessen egy közös, mindenki által ismert poénon, hogy újra átéljék az együtt nevetés örömét, és ezáltal az összetartozást, a közösségélményt.

Munkássága – és ez kimondottan jellemző az akkor (2007) még nagyon „fiatal” YouTube szerzői gárdájára – hobbiként indult, „poénból” hozott létre egy YouTube-fiókot. A filmek (különösen a kultfilmek) nagy rajongójaként kezdetben kedvenc mozifilmjeit igyekezett kicsit átfogalmazni, vegyítve az internetes nyilvánosságban terjedő mémekkel, celebekről fellelhető médiatartalmakkal. Az általa készített videók népszerűsége miatt idővel lehetőséget kapott arra, hogy partneri szerződést kössön a videomeszterrel, ennek eredményeként az általa közzétett videókhoz ma már online reklámok kapcsolódnak, ezek bevételéből ő is részesül. Az általa nyújtott művészi teljesítményt – mert a videók kigondolását, megvalósítását annak tartja – egyfajta szolgáltatásként fogja fel, amelynek „ára” a YouTube-os üzleti modell feltételeinek elfogadása a fogyasztók részéről is. Csatornáit viccportálhoz, vicclaphoz hasonlítja, „csak ez interaktív, nem olvasni kell, hanem nézni és hallgatni”. Ahogy a vele készült interjúban fogalmazott, „ez az egyszerű humor, itt nem kell magasröptű dolgokra számítani. Van, aki trash humornak hívja, szemét humornak. Lehet, de erre abszolút nagy igény van, mert nem biztos, hogy mindenki ilyen magasröptű dolgokat fog nézni, hogyha nevetni akar, hanem tényleg, a legegyszerűbb dolgokon nevet legjobban az ember”.<sup>19</sup>

A Pempi-vidéók a remixelés Manovich (2007 [2005]) által leírt eljárásaival létrehozott kreatív, innovatív videoalkotások. A remixelés domináns technikái Pempi filmjeiben a különféle típusú videotartalmak részleteinek kombinálása, a maszkolás (az eredeti karakter arcának helyére egy másik szereplő arcának montírozása), a szöveg vagy zene alákeverése és a feliratozás. A néhány perces filmek nyersanyagát a már említett mozifilmek, számítógépes játékok, televízió-műsorok, zenei videoklipek adják, melyek moduláris felépítése (megfelelő technika alkalmazásával) lehetővé teszi a részekre bontást és a részek tetszőleges újrendezését.

18 „Nézzétek végig az ízelítő videót: [http://www.youtube.com/watch?v=ujng\\_NR07Jk](http://www.youtube.com/watch?v=ujng_NR07Jk), és írjatok ötleteket, hogy kit tennétek bele! (Természetesen magyar nyelvű lesz)”, „PEMPI és SLENDER MAN Mit szólnátok egy ilyenhez magyarul? Ötleteket várok, hogy mik legyenek benne!!!!”

19 A tanulmányban előforduló interjúrészletek a szerző által Pempivel 2013 júliusában készített videointerjúból származnak. Pempi YouTube-os karrierjéről részletesebben lásd Glózer (2014).



A filmek szereplői, karakterei is ilyen modulok, az ikonikus szereplők dekontextualizálása és újramezklése révén valóságshow-szereplők, bulvárcelebek, színészek, televíziós műsorvezetők kerülnek egy társaságba, egy egyébként tőlük idegen közegbe, narratívába (1. és 2. kép).

Pempi videoparódiáiban viszontlátjuk a „hétköznapi sztárjait” is, azokat a hétköznapi embereket, akik valamilyen videóra rögzített és az internetre feltöltött „produkciójuk” révén váltak ismertté és népszerűvé (3. és 4. kép). Találunk közöttük népszerű slágereket előadó önjelölt előadóművészeket (például a Cotton Eyed Joe vagy a Nyár van című Neoton-sláger civil előadóit), mindenféle vicces helyzetbe került részeket (például egy kerékpárra láthatóan részegen egy köteg fát felrakni próbáló férfiakat), aluljáró lépcsőjén üldögélő vagy az utcán álló, kiabáló, veszekedő hajléktalanokat. A médiaikonok mellett névtelen, átlagos, de hús-vér, és hétköznapiágukban valamilyen devianciát megjelenítő szereplőket látunk, akik egyébként mindennapi életünk kulisszáinak részei.

A videók szereplőgárdájában így olyan karakterek vegyülnek egymással, akik a valóságban soha nem szerepelhettek, szerepeltek együtt a paleo- vagy neomédia felületein. Itt azonban a társadalmi különbségek, távolságok eltüntetésével a videók demokratikus hiperrealitásában egyenrangú szereplőkként tűnnek fel, egymással interakcióba kerülnek, és ennek révén bomlik ki a videók „cselekménye”. Közös cselekvésüket sokszor áthatja a jókedv, a nevetés, amit a videók alá kevert vidám, pörgős, dinamikus zenék is erősítenek. A Császi által vizsgált tabloid valóságtelevíziós műfajokhoz hasonlóan (és azokkal sajátosan keveredve) az online videoszcéna is az új plebejus, populáris nyilvánosság színterévé vált, szerepet vállalva a társadalmi különbségekre irányuló kritikus reflexióban, azok szimbolikus eltörlésében.

1. és 2. kép. Stohl András és egy valóságshow-szereplő a *Penge Pákó* című paródiában; Erdélyi Mónika, *A kibeszélőshow* műsorvezetője Mucsi Zoltánnak maszkolva a *Gollam Show* című videóban



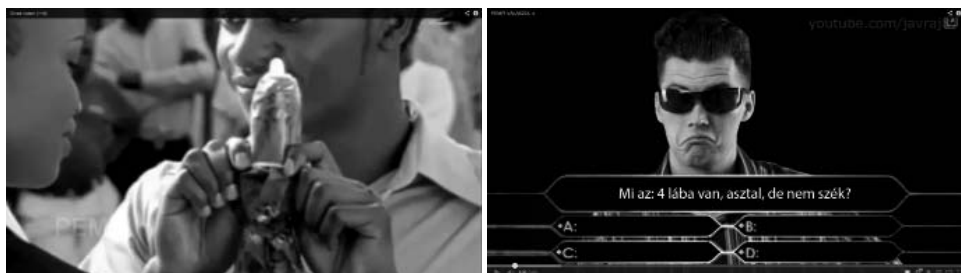
3. és 4. kép. Bartos és egy névtelen internetes „celeb” a *Cotton Eyed Joe* paródiában



A különféle eredetű médiatartalmak vegyítése révén konvergens termék jön létre (vö. Jenkins 2006). Egyes mozzanatok eredetileg a hétköznapi orális kultúra elemei voltak, majd a filmes rögzítés, dokumentálás révén kerültek be az internetes tartalmak világába; más részletek televíziós produkciókból vagy professzionális zenei felvételekből indulva kerültek más platformra, és nyertek ezzel új értelmezést Pempi videobarkács munkásságában. A paródiavideókban átlényegülve továbbélnék a hétköznapi utcai interakciók, lefutott televízió-műsorok, aktuális vagy retroszlágerek, mozifilmek, játékok részletei.

A videók a televíziós és filmes személyiségek beidézésén túl egyéb eszközökkel is reflektálnak a mozgókép által dominált kortárs kultúrára, például a különféle médiaműfajok imitálása, játékba hozása révén. Pempi videoi között televíziós reklámok, híradók, kibeszélőshow-k, szappanoperák, videojátékok, televíziós vetélkedők paródiái tűnnek fel (5. és 6. kép). Az e műfajokba történő játékos, humoros belehelyezkedés egyszerre jelzi az ezekhez fűződő intim, közeli viszonyt, másfelől pedig a fiatal generációnak az internet világa felőli visszekintését is ezekre a neomédia korát meghatározó műsortípusokra. A reflexiónak ez a módja a televízió-központú neomédiától való kezdődő eltávolodást és az interaktív internetes nyilvánosságra jellemző médiafogyasztói attitűdöt tükrözi.

5. és 6. kép. *Sinter Koton* (+16) reklámparódia, a zenei háttér: Fekete Pákó „csokifasz”; Utalás a *Legyen ön is milliomos* című vetélkedőműsorra a Pempi válaszul 4. című videóban



A populáris kultúra és a mindennapok karaktereinek videojátékokba, mozifilmek jeleneteibe történő belehelyezése a moziélményt vagy a játék élményét is relativizálja, vicc tárgyává teszi. A paródiák valami olyasmit tesznek lehetővé, amit játékok és filmek hagyományos fogyasztása, élvezete nem engedett: lehet játékosan reflektálni a populáris filmek és videojátékok dramaturgiájának, képnyelvének túlzásaira, az erőszak és a halál, az ölés ábrázolására, a karakterek valóságérthetőségére. Ez a kifordított, leleplezett beidézés egyúttal nevetségessé teszi az egyébként a moziban végigizgult vagy végigszorongott akciófilmeket, így a médiaipar befolyásoló erejét, hatását is megkérdőjelezi.

A *Dead Island*, *Half Life* című videojátékok humoros kommentárokkal kísért végigjátszásai egy másik (fiatal generációs) élményvilágba engednek betekintést. A fiatalok által kedvelt internetes játék eredetileg nem nyilvános, privát helyzet és tevékenység, melynek csak a játékos és a számítógép, esetleg az online játékpartnerek a tanúi. A humoros beszélgetéssel kísért demonstratív végigjátszás célja alapvetően a segítségnyújtás azoknak, akik elakadnak a játék valamely pontján. Ez a fajta támogatás a médium, a műfaj felállította akadályokkal, nehézségekkel szemben szintén valamiképp a média hatalmának megkérdőjelezését, a média erejével szembeni szövetségést és győzelmet, de mindenképpen a médiumra és a média-

fogyasztásra vonatkozó sajátos reflexiót fejez ki. Másfelől pedig a személyességet, a privátot nyitja ki a hipermédia legszélesebb nyilvánossága számára.

Pempi videói esetében a szerzői névtelenség, a folklorra egyébként jellemző anonimitás csak részben valósul meg. A szerző nickname mögé rejtőzik, valódi személyazonosságát nem fedi fel, és még saját tévéadásaiiban is szerepet alakít, napszemüveg mögé rejtőzik, ám alkotásai ehhez a sajátos avatarhoz, tehát egy „személyhez” kötődnek. Munkamódszere és a feldolgozott tartalmak már annál inkább illeszkednek az internetes folklór világának rendjébe. Közkézen forgó, az internetes kultúra részét képező tartalmakat, nyelvi és audiovizuális szövegeket dolgoz fel, az internetes közösség közös tudásából merít, azzal játszik, és alkotásai is ezt a közös tudást gazdagítják. Filmjeinek kulcspoénjai olyan szállóigévé lett mondatok, mint a „Bikicsunáj”, „Mi folyik itt Gyöngyösön”, „Ízirájder, öcsém, ízirájder”, „Ne fűrgyé le”, „Gyúrunk, vazzé” (7. és 8. kép), melyek részben még a televíziózás és a rádiózás révén váltak széles körben ismertté, ám folklorizálódásuk már az internetes színtéren teljesedett be. Ezek a mondatok kiszakadtak az eredeti történetből, és a poént vagy a kontextust utalásként magukba építve folklórmotívumként önálló életre keltek a YouTube-on. Ezeknek a tartalmaknak a létmódja tehát az intertextualitás: a megfelelő környezetben működésbe hoznak egy utalást egy közismert poénra, amely az eredeti jelentést az új kontextusra átvive humorral gazdagítja annak tartalmát is. Természetesen ezt a humort csak az érti, aki ismeri az eredeti poént, videót, karaktert. Vagyis az ilyen összenevetésen, „ízlelgető ismétlésen” alapuló poénok közösségteremtő és -megerősítő jellegűek: csak az lehet részese a diskurzusnak, csak az képes felismerni és élvezni a humort, aki ismeri a médiakultúra adott szeletét. Ezzel is magyarázható a vizsgált tartalmak generációs alapú fogyasztása.

7. és 8. kép. Nyár van paródia (Kiráz a hideg mix); Részlet a „Mi folyik itt Gyöngyösön” internetes mémből a *Magyar Skyfall* című paródiában



A poénok „bemondása”, ismételtetése, a közös nevetés színtere egyrészt a filmekhez csatlakozó kommentelő felület, másrészt pedig a kifejezetten erre a funkcióra létrehozott *Pempi válaszol* (Pempi TV) sorozat. Utóbbiban a rajongók Facebookon, e-mailen vagy Skype-on beküldött kéréseit teljesíti és kérdésekre válaszol a szerző egyéni, humoros stílusban, hangbejátszások, képek vagy saját maga által előadott parodisztikus gesztusok segítségével. A Pempi TV egyfajta online kívánságműsor, ahol a kérések is utalások formájában fogalmazódnak meg, és ezek tárgya többnyire valamilyen internetes folklórmotívum, mém, korábbi poénvideókban már elhangzott geg (9. és 10. kép), ritkábban Pempi személyére és munkáira vonatkozó információ (11. és 12. kép). A kéréseknek rendszerint sajátos íratlan koreográfiája van: álnaiv vagy vicces üzeneteket, kéréseket juttatnak el Pempire, és azokat neki fel kell

ismernie, majd abban a stílusban válaszolnia az eredeti hangon, ahogy azt az eredeti videó szereplője előadta.

9–12. kép. Részletek a Pempi válaszol 1., 2., 1. és 7. című videóból



Az utalások formájában kultivált közös kulturális tudás mellett ezek az interaktív funkciók teszik lehetővé a közösségépítést, ami a szerző számára az üzleti modell működése és saját művészi igényei szempontjából is fontos. A filmekhez kapcsolódó kommentekre Pempi mindig válaszol, a tőle megszokott humoros formában, saját felépített online karakteréhez hűen. A visszajelzések egy része megerősítő, elismerő jellegű: „Pempi nagy rajongód vagyok”; „Nagyon állat”; „Pempi ez hatalmas”. Sokan érzik szükségét, hogy kifejezzék támogatásukat, jelezve, hogy szavaztak valamelyik Pempi-videóra, vagy a szerző kérésének megfelelően megnézték a reklámot is, lájkoltak – annak érdekében, hogy Pempi hozzájusson az őt megillető reklámbevételekhez: „pempi én mindig végignézem a reklámokat a videóidon:) meg néha rá is kattintok valamelyikre:) mert egy ilyen jó videós megérdemli a zsozsót:)”; „Pempi én mindegyik videódnál rákattintok a reklámra úgymint most értelmesek vannak meg hagyj keress rajta”; „Aggregátorral is előállítottam pár szavazatot!”. Összességében a filmek kommentálása, a kommentekre adott rendszeres, jellemző stílusú, humoros válaszok, a kölcsönös gesztusok az alkotó és a közönség közötti kapcsolatot ápolják, erősítik. A Pempi paródiai iránti „rajongás”, a közös kulturális tudás, folklórkincs birtoklása, a közös képi nyelv, de legfőképpen a virtuális térben zajló együttvetés teszi közösséggé a videókat fogyasztó közönséget.

A videóknak látott valóság egyszerre hétköznapi, személyes és demokratikus. A filmekben felbukkanó ismert és ismeretlen „sztárok”, a normasértés sokféle megnyilvánulása, a keserű beszéd, a szexualitás és egyéb tabutémák megjelenése jól illusztrálják az internetes paródiavideók mély beágyazódását a késő modern plebejus médianyilvánosságba. Ebben a közegben a szereplők akciói, megnyilvánulásai gyakran trágár beszéddel társulnak, rendsze-

resen visszatérő motívum a férfi és női nemi szerv<sup>20</sup> néven nevezése vagy képi megjelenítése, a szexualitás vulgáris vagy obszcén ábrázolása, a testiség (túlzott soványság vagy kövérség, izmok) hangsúlyozása, az erőszak (verekedés, gyilkosság) képi megjelenítése.

A videók tehát kifejezetten a deviancia, határsértés ábrázolására épülnek, ami a fentiek mellett például a külsőleg látható etnikus másság bemutatásában is megnyilvánul. A paródiák szereplői között nagy arányban láthatóak romák, színes bőrűek (afrikai, afroamerikai, karibi vagy ázsiai származásra utaló külsővel) (13. és 14. kép). A bőrszín és a külső jegyek feltűnő mássága a videókban önmagában humorforrás, ezt a Will.i.am – *Scream & Shout* paródiából kiemelt alábbi képkocka is jelzi.

13. és 14. kép. Will.i.am – *Scream & Shout* paródiá; *Cotton Eyed Joe* paródiá



Az etnikus hovatartozás, illetve annak látható és azonosítható külső jegyei a hagyományos, internet előtti folklórnak is kedvelt tárgyai, célpontjai voltak (vö. Boxman-Shabtai és Shifman 2015: 520). Az interneten megjelenő etnikus humor kedvelt vizuális sztereotípiái a másságot megjelenítő egzotikus fekete test, a szexualitást sugárzó férfitest, a groteszk, túlsúlyos fekete női test (vö. Boxman-Shabtai és Shifman 2015), ezeket – mint a globális internetes kultúrából importált kliséket – Pempí filmjeiben is viszontlátjuk. Az etnikus humor globálisan elterjedt motívumai a magyar környezetben – különösen a roma szereplők ábrázolása során – sajátos, lokális érvényű tartalommal telítődnek, hiszen a filmek roma szereplői kapcsán a szegénység, perifériára szorultság képei jelennek meg.

A videoparódiák erőteljesen reflektálnak a mindennapi élet szélsőségeire, tabuira, devianciáira és normaszegéseire. A normák ilyen módon való láthatóvá tétele azt jelzi, hogy a filmeket fogyasztó fiatal korosztály érzékeli a társadalom életét kimondatlanul is szabályozó elvárásokat, és a maga módján – illetve a késő modern tabloid média mintáit átvéve, továbbgondolva – foglalkozik is ezekkel. Megjeleníti, tematizálja azokat a kérdéseket, amelyeknek a vitathatóságát a hazai nyilvánosságban úttörő módon a hipertelevízió kibeszélőshow-i mutatták fel elsőként (vö. Császi 2011).

A hétköznapi, az autentikusnak tekintett hétköznapi figurák – „az utca népe, a sztárok (mert annak hívhatjuk őket)” – bemutatása Pempí részéről teljes mértékben tudatos. Szerinte ezek az emberek, helyzetek azért népszerűek, mert szórakoztatóak, és azért szórakoztatóak, mert igaziak: „*az ember kimegy az utcára, és ott szembesül ezekkel a nagyszerű emberekkel,*

20 A férfi nemi szervre való utalások szinte mindig a Fekete Pákó egyik médiaszerepléséből származó mémet („csokifasz”) variálják. A női nemi szerv tematizálására a Pempí-paródiákban főként annak a névtelen videónak a beidézése ad lehetőséget, melyen egy férfi a „Nem eszik a pina lencsét” című opust adja elő (Pempí: Falusi Gangnam Style: <http://www.youtube.com/watch?v=Q-bV9npEwhA>).

akik gyakorlatilag hamisítatlanul magukat adják elő, vagy egy bizonyos helyzetben vannak, és ezek annyira eredetiek ... semmihez se fogható, régebben nem volt ilyen”. Csipkés Zoliról vagy a Mónika Show-ban szereplő más – megfogalmazása szerint – „sztárokról” mindenki pontosan tudja, hogy mit csináltak, mit mondtak, a valóságshow adásaiban elhangzott mondataikat az emberek megjegyzi, idézi, ezek „szállóigévé váltak és pólókra nyomják” őket: „a Mónika Show-ból ezek a Csipkés Zolinak az összeveszése az Ágival, a Mónika Show-nak a legdurvább adásai, az orbitális pofon, s a többi, ezek milliós nézettséget értek el (...) ezek eszméletlenül viccesek és alapanyagot, táptalajt nyújtanak ilyen parodistáknak, mint én”.

A vicces, szórakoztató személyeken, helyzeteken való nevetés Pempi értelmezése szerint nem bántó szándékú vagy hatású. Nevetnek rajtuk, de nem nevetik ki őket, ahogy fogalmazott: „én nem ellenük vagyok, inkább velük vagyok”. Példaként említette azt a fiatal fiút, akinek/akiről olyan videót készített, melyben a fiú életében először, legalább virtuálisan, DJ-zhetett.<sup>21</sup> „Én nem csináltam mást, csak valóra váltottam az álmát, legalábbis egy videóban kifejezve, mert adtam neki egy DJ-pultot, és egy hatalmas jó zenét csiholtam alá, és úgy néz ki, mintha tényleg ő lenne a DJ”.

Emiatt szerinte a megfilmesített személyek kifejezetten hálásak neki, a „Nyár van” paródia főszereplője például privát e-mailben kereste meg, megköszönve neki a színvonalas paródiát, és külön azt, hogy nem üzött gúnyt belőle (azaz kedvező színben ábrázolta). Egy-egy ilyen videó gyakran meghaladja sok ismert könnyűzenei előadó klipjeinek a nézettségét, ami sokatmondó.

Számára tehát az internet nyilvánossága valóban egy demokratikus és plebejus nyilvánosság, ahol az érvényesüléshez csupán valamiféle tehetség kell, és ha csak pillanatokra is, de a YouTube paródiavideói jóvoltából „bárből lehet sztár”. Ez irányú elhivatottsága, elkötelezettsége sok kijelentéséből kitűnik. A szórakoztatást feladatként, küldetesként fogja fel: „most már szinte kötelességgé vált, munkámmá vált a szórakoztatás”, „remixeket készítek és szórakoztatom a népet, az emberek megnézik, szórakoznak rajta, derülnek egy jót”.

### A paródiavideók karneváli esztétikája

A parodisztikus, groteszk, meghökkentő és megbotránkoztató szembesítés a valósággal a modernitásban az avantgárd esztétikájához nyúlik vissza, van azonban egy jóval korábbi előképe is, mégpedig a Bahtyin (1982 [1965]) által leírt középkori nevetéskultúrában. Az a koncepcionális keret, melyet könyve a kultúrakutatás számára kínál, a 21. századi tabloid média vizsgálata során is megkerülhetetlen, hiszen az önmagáért való szórakoztatás a populáris kultúra egyik fontos alapelve. Amint erre fentebb részletesen kitértem, a késő modernitás plebejus nyilvánosságának egyik fontos „vívmánya” az ízlésdemokrácia, amely az önértékén vett (sem a tanításnak, sem a nevelésnek vagy értékközvetítésnek alá nem rendelt) nevetetést is legitimálja.<sup>22</sup>

A valóság kollektív, egyetemes kinevetése egyfelől sajátos esztétikai minőséget hoz létre, másfelől pedig felszabadítóan (terapikusan) hat a változtathatatatlannak hitt hierarchikus

21 Makói Tiesto című videó.

22 Emellett a szórakoztatás a kultúra számos olyan területére is behatolt, ahol addig nem volt helye: a politikába (politainment), tájékoztatásba (infotainment), oktatásba (edutainment).

társadalmi viszonyok között élők számára. Bahtyin a francia reneszánsz író, Rabelais munkásságának radikális újraértelmezése és újraértékelése érdekében fordult a középkori népi humorhoz, nevetéskultúrához, amely a maga korában szemben állt az egyház és a feudális középkor hivatalos és komoly (hangú) kultúrájával.

A középkori ember életének számos színterén és eseményében jelen volt az önfeledt kacagás, a vásári multságoktól kezdve a szó szoros értelmében vett karneválokon át a különféle egyházi ünnepekhez kapcsolódó búcsúig, misztériumjátékokig (Bahtyin 1982 [1965]: 10). Ezek a szertartásos látványosságok a nevetés köré szerveződtek, így élesen különböztek a hivatalos, komoly ceremóniáktól és kultúrformáktól. Ez a kettősség: a „komoly” mindennapi élettel (benne a „komoly” médiával) szemben a paródia, humor, nevetés színtereként létrehozott online nyilvánosság működtetése teremt alapot a Pempiehez hasonló paródiavideók népszerűségének is. A kreativitás, az önkifejezés, az önmagáért való szórakoztatás és szórakozás komolytalan szférája nyílik meg a videomegosztó csatornáin a tartalom-előállítók és -fogyasztók számára, akiknek köre az új média világában nem válik szét. A humoros tartalmak előállítói is a közönséghez tartoznak, ez különösen igaz a folklórjellegű produkciók készítőire, akik mások által létrehozott anyagból állítják elő saját alkotásaikat (melyeknek így egyszerre fogyasztói és alkotói is). A médiafogyasztás a szabadidőben, a komoly munkán, tanuláson túl zajló privát aktivitás, helyszíne az intimszféra (saját szoba vagy saját technikai eszköz), mely időben és térben is elkülönül a komoly tevékenységek hivatalos vagy közös idejétől és színtereitől, az internet időtlen idejébe és virtuális terébe emelve a fogyasztót.

A karnevalisztikusság különféle formáiban ez a kettősség nyilvánul meg. A karneváli szertartások kulcsmozzanata a nevetés, mely a középkori embert felszabadítja minden vallási-egyházi dogmától, misztikumtól és áhitattól, mégpedig nem valamiféle kívülről szemlélt színházi látványosságon keresztül, hanem „a művészet és az élet mezsgyéjén” (Bahtyin 1982 [1965]: 12). A karnevált nem nézik, még csak nem is egyszerűen eljuttatják, hanem (meg)élik a résztvevők, az lényegénél fogva olyan össznépi esemény, mely résztvevőit beemeli a karnevál világába. Az internetes folklór poénjain, a humoros képeken, képzettársításokon nevető médiafogyasztó a gép előtt ülve, de egyúttal virtuálisan a számítógépes interfészen keresztül online jelenlét során éli meg a nevetés élményét, amelyen másokkal is osztozik, például az élményre vonatkozó online diskurzus (tetszésnyilvánítás, biztatás, kérdés) keretében. A karnevál és az internet világa egyformán virtuális, delokalizált.

Az ambivalens (egyszerre örömteli és csúfolódó) karneváli nevetés tehát össznépi is, nem az egyén, hanem a teljes közösség kacag, és egyúttal egyetemes módon „az egész világot” neveti ki (Bahtyin 1982 [1965]: 12). Ennek az össznépi, egyetemes kinevetésnek a tárgya lesz a 21. századi online média paródiavideóiban a mindennapok világa, benne a társadalmi különbségekkel, szegénységgel, hajléktalansággal, lecsúszással, devianciákkal, és persze maga a média is, mely hatásvadász, túlzó képekkel, a hétköznapiaság tabloid ábrázolásával, celebjelével sokszor felületes, üres, csalfa, manipulatív módon festi elénk a maga „valóságát”. Aki a médián kacag, az persze végső soron saját magát, mint médiafogyasztót is kineveti, így válik totálissá a karneváli nevetés.

A középkori nevetéskultúra jellegzetes figurái a bohócok és a bolondok, és ők a karneváli szellem hordozói a mindennapokban is, különleges életformájuk ezáltal egyszerre reális és ideális. Az internet celebjai is bohócokként bolondoznak privát videóikban, vagy épp a videobarkácsoló mutatja be a hétköznapi emberek bohócarcát, sőt maga Pempi is ilyen bolondszerpben lép elő a Pempi TV adásaiban.

A karnevál ünnepi forma, és mint minden ünnep, az élet gyakorlati oldalát (munka) köti össze a szellemi-ideológiai létszférával, ettől válik tulajdonképpen ünnepé (Bahtyin 1982 [1965]: 14). A fennálló világrendet erősítő hivatalos ünnepekkel szemben a karnevál e rend alóli átmeneti felszabadulást, a hierarchikus viszonyok, előjogok, normák és tiltások átmeneti felfüggesztését jelenti, ezáltal ünnepli az időt, az újjászületést, a megújulást (Bahtyin 1982 [1965]: 15). A karneválban mindenki egyenrangú, megszűnnek a mindennapok áthághatatlan rendi, vagyoni és egyéb szakadécai. Átmenetileg megszűnik az elidegenedés, a résztvevők szabad, új viszonyokban és új, egyébként elképzelhetetlen érintkezési formákban születhetnek újjá (mint például a nyílt és szabad[os] beszéd). A karnevál szimbólumai a változás, megújulás, újjászületés képeit jelenítik meg.

Amikor Pempi videói a tabloid média celebritásait, az utca hőseit, a deviánsokat, a másokat egyazon mesébe helyezik, ugyancsak eltörlik a határokat és különbségeket, szimbolikusan egyenlővé téve e virtuális világ résztvevőit. Az élet-halál közötti határt látjuk elmosódni, feloldódni az akciófilm-paródiákban, ahol halomra gyilkolják a szereplőket, akiket aztán egy következő paródiában, epizódban újra élőként látunk viszont. A halál médiabeli ábrázolása gyakran annyira túlzó, életszerűtlen, kiűző, hogy azon már csak nevetni lehet. A túlzást még nagyobb túlzással kifigurázó ábrázolás egyúttal a nevetés erejével el is törli a halál súlyát, végérvényességét.

Bár a vizsgált videoparódiák semmiféle tudatos ideológiát nem képviselnek, nevelő céllal sem rendelkeznek, képeiken és történeteikben mégis az élet alapkérdései, alaptémái jelennek meg: halál, szexualitás, test, életfunkciók, erőszak. Ezeket azonban nem „komoly” módon, hanem komolytalan oldalukról, a visszajukról látjuk. A karneváli ábrázolás jellegzetessége ez a „megfordítás”, a „fonákjáról” látás, a fönt és a lent fölcserélhető voltának logikája, a különböző paródiák és travesztiák, lefokozó és profanizáló átfogalmazások, a csúfolódó fölmagasztalás és a rangfosztás (Bahtyin 1982 [1965]: 17).

Ez a fajta karneváli világtérkép áthatja a nyelvi formákat is. A karneváli nyelv karakteres jellemzője a familiáris vásári beszéd: a karneválozó utcán az érintkezésnek korábban elfogadhatatlan formái válnak legitimé, melyekben a becézés és a durvaság, csúfolódás, káromkodás, a nyelvi-viselkedésbeli tabuk semmibevétele természetessé lesz. Bahtyin szerint a káromkodás, esküdözés vagy fogadkozás nyelvi formái jól mutatják a karneváli beszéd és élmény ambivalenciáját: egyfelől lefokoznak és a semmibe taszítanak, másfelől az újjászületést és a megújulást igenlik (Bahtyin 1982 [1965]: 25). A középkori példa tükrében még inkább felbátorítva érezhetjük magunkat, hogy a paródiavideók keresetlen, trágár beszédében ne útszéli igénytelenséget, hanem az örömei megvalósítását szolgáló kifordító, feje tetejére állító karneváli viselkedést lássunk. A nyelvi normaszegés közönségteremtő, felszabadító kollektív cselekvés az online média világában is, mely a jólneveltség nyelvhasználati szabályait felfüggesztve, kifigurázva végső soron az általában vett társadalmi normákat relativizálja.

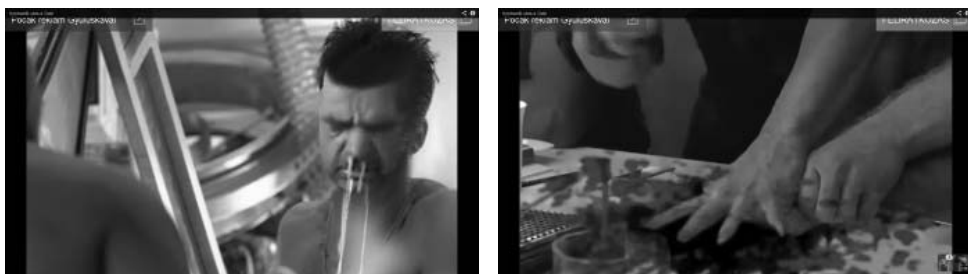
A karnevál világot áthatják az élet anyagi-teszt vonatkozásai, az evés-ivás, ürítés, nemi élet képei, ráadásul felnagyítva, hiperbolikus formában. Ennek hátterében is a népi nevetéskultúrára jellemző létfelfogás esztétikáját fedezi fel Bahtyin, és nevezi a jelenséget *groteszk realizmusnak* (Bahtyin 1982 [1965]: 27). A karneváli elv megvalósulását számtalan Pempi-videóban megtapaszthatjuk. A test ábrázolásában előtérbe kerülnek az átlagostól eltérő (sötét bőrű, kórosan sovány vagy kövér, hiányos, rendezetlen) testek, a mezítelenség, a tabusított testrészek (nemi szervek) és testi funkciók (szellentés, hányás stb.) (15. és 16. kép).



15. és 16. kép. Szellentés ábrázolása; férfi nemi szerv ábrázolása a *Penge Pákó* című paródiában



17. és 18. kép. Testnedvek a *Nyolcadik utas a Gabi* című paródiában



A videók tabudöntő testábrázolása nem annyira sokkoló, inkább nevetésre készítet vagy azáltal, hogy a média nyilvános terében mutat be olyan testi jegyet vagy működést, amely kapcsán az offline familiáris helyzetekben nevetni szoktunk, és a hétköznapisággal a nevetést magát is az online nyilvánosságba tereli át, vagy pedig az ábrázolásnak a valószerűtlenségig fokozott túlzó jellegével, mint az a fenti képkockákon például a vér megjelenítése kapcsán is látható (17. és 18. kép).

A groteszk esztétikája szemben áll a létezést késznek, befejezettnek tekintő klasszikus esztétikákkal (Bahtyin 1982 [1965]: 36). Ez a befejezetlenség, nyitottság tükröződik a testek keveredésében (dolgokkal, állatokkal), a befejezetlenségében, lehatárolatlan, lezáratlan ábrázolásában (kitüremkedő has, ülep, nemi szervek, egyéb domborulatok, nyitott testnyílások) – amelyekre a vizsgált paródiákban is számtalan példát találhatunk (19. és 20. kép).

19. és 20. kép. Részletek a *Falusi Gangnam Style*-ből és a *Blurred Lines* paródiájából



Bahtyin a népi kultúra egyik legbonyolultabb, sokértelmű motívumának tartja a maszkot, amelyben az átváltozáshoz és szerepcseréhez fűződő örömet, a dolgok viszonylagosságában való gyönyörködést, illetve önmagukkal való azonosságuk jókedvű tagadását ismeri fel. Amint látjuk, az internetes paródiavideók sajátos eszköze a szereplők arcának maszkyszerű kicserélése, behelyettesítése televíziós és internetes celebritásokéval. A csere, a helyettesítés és felfordítás karneváli elve, valamint a tabloid média demokratikus (mert plebejus) miliője találkozik ebben a technológiában és segít kiteljesíteni a groteszk esztétikumát. A digitális maszkolás nem akar tökéletesnek látszani, mintha elnagyoltságával maga hívná fel a figyelmet a játékra, a helyettesítésre (21. és 22. kép).

21. és 22. kép. Egy internetes hétköznapi sztár arcának bemaszkolása a *Sinter Koton* paródiába; maszkolás a *Nyolcadik utas a Gabi* című paródiában



A Pempi-videókban is megjelenő karneváli szemlélet és esztétika, groteszk realizmus – ahogy középkori előképe – a világ fennálló rendjével szembeni hétköznapi ellenállás (vö. Dessewffy 1996), tagadás sajátos formája. Felfüggeszti, érvényteleníti, az egyetemes humor és nevetés képi-nyelvi formái révén feje tetejére állítja a való világot. Mindezt a valóságot már önmagában relativizáló virtuális világban teszi meg, és ott hozza létre azt az élő online, virtuális közösséget, „népet”, amely közösen kacag a valóságon, önmagán, összekacsintások és utalások révén összetartozását is megélve.

### Rituális-terapikus véleménynyilvánítás a paródiavideókban

A társadalmi kérdésekről (a reális és az ideális valóságról) folyó nyilvános diskurzus egyik hagyományos, állampolgári jogon hozzáférhető kerete a politika, amely azonban a nyugati világban egyre kevésbé kelti fel az állampolgárok érdeklődését. A fiatalok körében különösen szembetűnő a politikai közömbösség és érdektelenség, ami esetükben a közéleti véleménynyilvánítást is eltéríti a direkt politikai kérdésektől általános társadalmi, kulturális problémák irányába. Talán ezzel is magyarázható a Pempihez hasonló alkotók<sup>23</sup> munkásságának feltűnése és népszerűségük, hiszen ők nem konkrét politikusokat és ügyeket figurálnak ki, hanem a mindennapi élet problematikus társadalmi jelenségeit. A mindennapokban ők is szembesülnek súlyos gondokkal, szegénységgel, hajléktalansággal, devianciákkal, elhallgatott vagy kibeszéletlen társadalmi különbségekkel, a másság sokféle formájával.

23 Például HERBY, Bartos és Pamkutya hasonló profilú és hasonlóan népszerű szerzők, alkotók a YouTube-on.

A mindennapok feldolgozatlan pluralitása, nyugtalanító ambivalenciái, kiszámíthatatlansága reflexióért kiált. A populáris, tabloid tartalmak Császi szavaival „a hétköznapi világban való bennmaradásra, az elhárításra, az ürességre, a gátlásra készítenek fel. A tabloid szemlélet előtérbe nyomulását a populáris médiában szociológiailag úgy értelmezhetjük, mint amely a rizikótársadalom váratlanságára, szélsőségeire, realitására figyelmeztet a késő modernitásban ellehetetlenülő melodramatikus, szentimentális tapasztalattal szemben” (Császi 2011: 30). Ezeknek a jelenségeknek a széles körű tematizálására a politika stratégiai okoknál fogva nem vagy csak egyoldalúan hajlandó, az értelmiségi tudományos diskurzus nem kellően populáris (közérthető, elfogadható), a televízió pedig sokszor kultúrpolitikai okokból nem kap erre lehetőséget.

Az internet ugyanakkor sok tekintetben kívül esik ezeken a szabályozó rendszereken és mechanizmusokon, így a legtöbbet és leginnovatívabb módon internetező fiatalok számára egy viszonylag szabad terepet kínál a reflexióra, önkifejezésre. A folklorisztikus, tabloid tartalmak internetes nyilvánosságban zajló közös élvezete tehát valamiképpen terápiásnak nevezhető. A mindennapi élettel járó frusztrációk karnevalisztikus nevetésben, kifordításban történő megélése, feloldása lehet az egyik fontos nyereség, amelyért a tizen-huszon évesek nap mint nap odaülnek a képernyő elé. „Komoly” politikai véleményformálás helyett „komolytalan” formában, parodizálva, kinevetve, gúnyolva érintik mindazokat a normákat, melyeket nagyon is ismernek, érzékelnek, amelyek a jelek szerint mégiscsak foglalkoztatják őket. Miközben tehát – lényegében kényszerből, tehetetlenségből fakadóan – ironizálva kinevetik az ellentmondásokkal, feszültségekkel és igazságtalansággal terhelt társadalmi világot, a nevetés groteszk, de jellegzetesen késő modern gesztusával szolidaritást is vállalnak azokkal, akiket ezek a problémák leginkább sújtanak (vö. Rorty 1994 [1989]). Az autentikusnak érzett hétköznapi ember párperces médiasztárrá emelése egyszerre játék és helyreállító gesztus, rituális elégtétel. A deviancia látszólagos dicsőítése ironikus válasz a plurális és sokszor kaotikusnak tűnő társadalmi állapotokra; ennek során az ellenállás hétköznapi és játékos gesztusaiként a normákat és erkölcsöket fejtetőre állítják, kifordítva láttatják a fiatal generációk nyelvén és közegében.

## Hivatkozott irodalom

- Bahtyin, Mihail (1982 [1965]): *Francois Rabelais művészete, a középkor és a reneszánsz népi kultúrája*. Budapest: Európa.
- Balázs Géza (2004): Választási sms-ek folklorisztikai-szövegtani vizsgálata. *Magyar Nyelvőr* 128(1): 36–53.
- Balázs Géza (2006): Az sms-folklór – a minimálfolklór nyelvi képe I. *Magyar Nyelvőr* 130(4): 439–456.
- Balázs Géza (2007): Az sms-folklór – a minimálfolklór nyelvi képe II. *Magyar Nyelvőr* 131(1): 48–62.
- Blank, Trevor J. (szerk.) (2009): *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital Word*. Logan, UT: Utah State University Press.
- Bodoky Tamás (2006): Többet retusálunk, mint négy éve. *Médiakutató* 7(2): 7–31. Interneten: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2006\\_02\\_nyar/01\\_tobbet\\_retusalunk/](http://www.mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/01_tobbet_retusalunk/) (letöltve: 2014. május 26.).
- Bolcsó Dániel (2013): A közösségi média mint a diáktüntetések üzenete. *Médiakutató* 14(2): 67–73. Interneten: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2013\\_02\\_nyar/05\\_social\\_media\\_diaktuntetes.pdf](http://www.mediakutato.hu/cikk/2013_02_nyar/05_social_media_diaktuntetes.pdf) (letöltve: 2014. május 26.).
- Boxman-Shabtai, Lillian és Limor Shifman (2015): When Ethnic Humor Goes Digital. *New Media & Society* 17(4): 520–539.

- Bronner, Simon J. (2009): Digitizing and Virtualizing Folklore. In *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*. Trevor Blank (szerk.). Logan, UT: Utah State University Press, 21–66.
- Császi Lajos (2002): A World Trade Center viccek mint intenzív rítusok. In uő *A média rítusai*. Budapest: MTA – ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 162–186.
- Császi Lajos (2011): *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája*. Budapest – Pécs: Gondolat – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
- Csigó Péter (2009): *A konvergens televíziózás. Web – TV – közösség*. Budapest: L'Harmattan.
- Dawkins, Richard (1976): *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press. (Magyarul: *Az önző gén*. Budapest, Gondolat, 1986.)
- Dessewffy Tibor (szerk.) (1996): Hétköznapi ellenállás (tanulmányok). *Replika* (23–24): 69–158.
- Domokos Mariann (2014): Towards Methodological Issues in Electronic Folklore. *Slovak Ethnology* 62(2): 283–295.
- Dundes, Alan és Carl Pagter (1975): *Work Hard and You Shall Be Rewarded*. Detroit, MI: Wayne State University Press.
- Dundes, Alan és Carl Pagter (1987): *When You're up to Your Ass in Alligators*. Detroit, MI: Wayne State University Press.
- Dundes, Alan és Carl Pagter (1991): *Never Try to Teach a Pig to Sing*. Detroit, MI: Wayne State University Press.
- Dundes, Alan és Carl Pagter (1996): *Sometimes the Dragon Wins*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Dundes, Alan és Carl Pagter (2000): *Why Don't Sheep Shrink When it Rains?* Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- EU Kids Online* (kutatási jelentés). Interneten: [http://ithaka.hu/wpcontent/uploads/2012/07/ITHA-KA\\_EU\\_KIDS\\_Magyar\\_Jelent%C3%A9s\\_NMHH\\_Final\\_1.2.pdf](http://ithaka.hu/wpcontent/uploads/2012/07/ITHA-KA_EU_KIDS_Magyar_Jelent%C3%A9s_NMHH_Final_1.2.pdf) (letöltve: 2012. augusztus 12.).
- Fernback, Jan (2003): Legends on the Net. An Examination of Computer-mediated Communication as a Locus of Oral Culture. *New Media & Society* 5(1): 29–45.
- Frank, Russel (2004): When the Going Gets Tough, the Tough Go Photoshopping. September 11 and the Newslore of Vengeance and Victimization. *New Media & Society* 6(5): 633–658.
- Frank, Russel (2009): The Forward as Folklore. Studying E-mailed Humor. In *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*. Trevor Blank (szerk.). Logan, UT: Utah State University Press, 98–123.
- Geertz, Clifford (2001): *Az értelmezés hatalma. Antropológiai írások*. Niedermüller Péter (szerk.). Budapest: Osiris
- Glózer Rita (2013): *Hátrányos helyzetű fiatalok kommunikációjának megismerése. Kutatási jelentés – TÁMOP-4.2.3.-12/1/KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z-generációnak*. Pécs: PTE. Interneten: [www.zgeneracio.hu](http://www.zgeneracio.hu) (letöltve: 2014. május 26.).
- Glózer Rita (2014): Z-generációs tartalom-előállítók az új médiában. Egy Youtube-os amatőr videókészítő munkássága. *Marketing & Management* (48): 55–67 (II. különszám).
- Glózer Rita, Guld Ádám, Maksa Gyula és Németh Boglárka (2014): Z nemzedék. Médiahasználat és kommunikációs szokások. *Korunk* 25(7): 5–14.
- Guld Ádám és Maksa Gyula (2014): Mobil nemzedék. „Árnyékkutatás” a Z-generáció médiahasználatáról. *ME.Dok: Média-Történet-Kommunikáció* 9(3): 25–32.
- Habermas, Jürgen (1993 [1962]): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest: Századvég – Gondolat.
- Jenkins, Harry (2006): *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York – London: New York University Press.
- Jenkins, Harry (2007 [1992]): „Isten hozta a biszexualitás fedélzetén, Kirk!” A slash irodalom és a rajongói közösség. *Café Babel* (54): 53–63.
- Kibby, Marjorie D. (2005): Email Forwardables. Folklore in the Age of the Internet. *New Media & Society* 7(6): 770–790.

- Körösényi András (1996): A magyar politikai gondolkodás főárama (1989–1995). *Századvég* 1(3): 80–107.
- Kuipers, Giselinde (2002): Media Culture and Internet Disaster Jokes: bin Laden and the Attack on the World Trade Center. *New Media & Society* 5(4): 450–469.
- McLuhan, Marshall (1994): *Understanding Media. The Extensions of Man*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Manovich, Lev (2001 [1997]): Film mint kulturális interface. *Metropolis* 5(2): 24–43. Interneten: <http://metropolis.org.hu/?aid=44&pid=16> (letöltve: 2012. augusztus 12.).
- Manovich, Lev (2007 [2005]): Remixelhetőség. In *Hatalom a mobiltömegek kezében*. Halácsy Péter, Vályi Gábor és Berry Wellmann (szerk.). Budapest: Typotex – MOKK, 79–90. Interneten: <http://mediaremix.hu/remix1/letolt/manovich.pdf> (letöltve: 2014. május 26.).
- Ong, Walter J. (1982): *Orality and Literacy. The Technologizing of the World*. London – New York: Methuen. (Magyarul: *Szóbeliség és írásbeliség. A szó technologizálása*. Budapest: Gondolat – AKTI, 2010.)
- Oross Dániel (2013): Társadalmi közérzet, politikához való viszony. In *Magyar Ifjúság 2012 tanulmánykötet*. Székely Levente (szerk.). Budapest: Kutatópont Kft., 283–315. Interneten: [http://kutatopont.hu/files/2013/09/Magyar\\_Ifjusag\\_2012\\_tanulmanykotet.pdf](http://kutatopont.hu/files/2013/09/Magyar_Ifjusag_2012_tanulmanykotet.pdf) (letöltve: 2014. május 26.).
- Rorty, Richard (1994 [1989]): *Esetlegesség, ironia és szolidaritás*. Pécs: Jelenkor.
- Shifman, Limor (2012): An Anatomy of a YouTube Meme. *New Media and Society* 14(2): 187–203.
- Szabó Andrea és Kern Tamás (2011): A magyar fiatalok politika aktivitása. In *Arctalan (?) nemzedék*. Bauer Béla és Szabó Andrea (szerk.). Budapest: Nemzeti Család- és Szociálpolitikai Intézet, 37–80.
- Szabó Ildikó (1991): *Az ember államosítása. Politikai szocializáció Magyarországon*. Budapest: Tekintet Könyvek.
- Szabó Miklós (2001): A politikai szocializáció. In *Societas Politica. Fejezetek a politikai szociológia köréből*. Kéri László (szerk.). Miskolc: Bíbor, 245–266.
- Veszelszki Ágnes (2013): Promiscuity of Images. Memes from an English-Hungarian Contrastive Perspective. In *How To Do Things With Pictures. Skill, Practice, Performance*. Benedek András és Nyíri Kristóf (szerk.). Frankfurt: Peter Lang, 115–127. Interneten: [https://www.academia.edu/4934976/Veszelszki\\_%C3%81gnes\\_2013\\_Promiscuity\\_of\\_Images.\\_Memes\\_from\\_an\\_English-Hungarian\\_Contrastive\\_Perspective\\_VL3](https://www.academia.edu/4934976/Veszelszki_%C3%81gnes_2013_Promiscuity_of_Images._Memes_from_an_English-Hungarian_Contrastive_Perspective_VL3) (letöltve: 2015. január 25.).
- Z generáció (honlap). <http://www.zgeneracio.hu> (letöltve: 2014. május 26.).

### Bevezetés

A 21. századi folklorisztikában összetett kérdés, hogy mit tekintünk kutatásunk tárgyának, milyen és kik által hordozott jelenségek tartoznak a *folklór* területéhez.<sup>1</sup> Az is ismétlődő toposz az utóbbi évtizedben a néprajztudományban, hogy az internet megkerülhetetlen, ám kiaknázatlan terep a néprajzi/folklorisztikai kutatások számára, ugyanis elenyészően kevés a módszertanilag megalapozott, elméleti háttérrel is megtámogatott magyar tanulmány és a valódi terepmunkán alapuló kutatási beszámoló. Talán éppen ennek, vagy legalábbis részben ennek is köszönhető, hogy a nemzetközi folklorisztika több száz, a digitális folklórt közép-pontba állító tanulmánya és néhány tucatnyi kötete<sup>2</sup> ellenére sajnos többen itthon még ma is vizsgálatra érdemtelen, efemer jelenségnek tartják az internetes folklór különböző megnyilvánulásait.

Mint minden minőségileg új jelenség leírásakor természetes, az elektronikus folklórról is elmondható, hogy egészében véve az online folklorisztikai gyűjtési módszertan még kiforratlan. Ennek a gyakorlatban formálódó, folyamatban lévő kidolgozása során többek között figyelembe kell venni azt a tényt, hogy az adatközlő egyéniség máshogyan jelenik meg az online terepen, mint a való világban, hogy a jelenségek dinamikája megváltozott, hogy a hagyományozódás folyamata média által befolyásolt és hogy alapvetően technikailag meghatározott. A hagyományos gyűjtésre kidolgozott módszertani elvárások végső soron tehát nem alkalmazhatók maradéktalanul a megváltozott gyűjtési situációban. Szeretnénk mindjárt a dolgozat elején leszögezni, hogy egyáltalán nem gondoljuk, hogy a „klasszikus” folklórt

1 E kérdés kifejtése nem e tanulmány feladata, a mai magyar megközelítéséről lásd pl. Mikos (2010).

2 Nemzetközi fórumokon gyakran hivatkozott Mikhail Alekseevsky bibliográfiája (<http://mdalekseevsky.narod.ru/biblio-internet.html>), amely közel ötszáz, elsősorban angol és orosz nyelvű tételt sorol fel az internet és folklór, valamint az internetes antropológia témájában. A szerző elméleti és módszertani megfontolásait lásd: Alekseevsky (2010). További részletes bibliográfia található az alábbi kötetek végén: Blank (2009b, 2012).

a számítógépek megjelenésével egy csapásra felváltotta volna az elektronikus folklór. Nem hisszük, hogy kizárólag a modern jelenségek kutatása érdemel folklorisztikai figyelmet. Sőt abban sem vagyunk biztosak, hogy a folklórjellegű jelenségek interneten terjedő kavalkádjából mit és hogyan lenne a leghasznosabb vizsgálni a folkloristáknak. Arról azonban meg vagyunk győződve, hogy ahogyan nem lehet kettéválasztani a világot offline és online részekre, úgy a 21. századi folklórt sem lehet vizsgálni az internetes jelenségek mérlegelése nélkül.

Dolgozatunk egy nagyobb kutatási projekt része, amelynek célja az elektronikus folklór vizsgálatának hangsúlyosabb érvényre juttatása a magyar folklorisztikában. A projekt részét képezi egy internetes felületen elérhető annotált bibliográfia<sup>3</sup> elkészítése és naprakész bővítése, amely a kisszámú magyar írás mellett a nemzetközi eredményeket is magában foglalja és rendszerezi; ezenkívül nemzetközi monográfiák különböző szakfolklorisztikai folyóiratokban való ismertetésére is vállalkozunk.<sup>4</sup> A legfontosabb feladat pedig a nemzetközi szakirodalom és saját kutatásaink alapján az elméleti alapvetés és a módszertan részletes kidolgozása, és ezáltal a hazai kutatások ösztönzése.

Tanulmányunk szűkebb témája: a 2014-es országgyűlési és európai parlamenti választásokat megelőző kampányidőszakhoz kapcsolódóan az interneten megjelenő folklór gyűjtése és elemzése. Esettanulmányunk kapcsán azonban általános kérdésekre és tanulságokra is kitérünk, amelyeket az elektronikus folklór meghatározása, gyűjtése és feldolgozása szempontjából fontosnak tartunk. Dolgozatunkat mi magunk is arra vonatkozó kísérletként kezeljük, hogy mit tud a folklorista kezdeni egy mai politikai esemény online megnyilatkozásaival.

Kiinduló hipotéziseink összefoglalva: 1. A politikai választások, és különösen az ezeket előkészítő kampány történetileg mindig is kitermelte a maga folklórját, sajátos műfajokkal (pl. kortesdal). A választási kampányokban a spontán variálódás mellett nagy szerephez jut a tudatosság, ugyanis „jól bevált” sémákra építenek, pl. a kortesdalok esetében egy népszerű dallamra ráhúzza az aktualizált szöveget. 2. A 21. század elején a technikai lehetőségek fejlődése és tömeges elterjedése tette lehetővé, hogy ez a választási folklór ne csak élőszóban, hanem SMS-ben, majd MMS-ben, e-mailben, netes fórumokban, blogokban és a közösségi médiában is terjedjen; a csak szöveges műfajok mellett egyre nagyobb teret kapott a vizualitás, majd az audiovizualitás. 3. Mivel a politikai választások közvetlenül vagy közvetve a teljes magyar lakosságot érintik, feltevésünk szerint az ez évi kampány során is olyan adatokat gyűjthetünk, amelyek a jelenkor folklórjához tartoznak, és jól tükrözik a folklór születésének, továbbadásának és variálódásának ma is érvényes folyamatait. Ugyanakkor azt is megfigyelhetjük, hogy az internet mint közeg hogyan befolyásolja ezeket a folyamatokat.

A tanulmány első részében felvázoljuk kutatásunk elméleti hátterét, a legjelentősebb idevonatkozó szakirodalomra hivatkozva. A második részben egy rövid, folklorisztikai szempontú kampánytörténeti áttekintést nyújtunk. A harmadik rész tartalmazza a konkrét elemzést, amelyben nem csupán szöveges, hanem az internetes folklórban meghatározó vizuális formákat is bemutatunk, néhány jellemzőbb példán keresztül, több típust alaposabban is körüljárva.

3 Ezúton is szeretnénk köszönetünket kifejezni Nagy Károly Zsoltnak a számítógépes felület önzetlen kialakításáért. Itt szeretnénk köszönetünket kifejezni Ispán Ágota Lídiának is, amiért számos ötlettel és javaslattal segítette jelen tanulmányunkat.

4 Ezek közül az első, három kötetet (Blank 2009b, 2012, 2013) bemutató recenzió már megjelenés alatt áll.

Szakítva a folklór technikával szembeállított értelmezésével, Alan Dundes több mint három évtizeddel ezelőtt leszögezte, hogy a technológiai újítások nem tüntetik el a folklórt, hanem éppen ellenkezőleg, ösztönzik annak keletkezését és terjedését (Dundes 1980: 17). A nemrég elhunyt Dégh Linda Rudolf Schenda kutatásaiból merítve egy lépéssel még tovább ment, amikor az *American Folklore and Mass Media* című kötetében abból az elméleti alapállásból vizsgálta napjaink kultúrájának bizonyos jelenségeit, miszerint a tömegmédia fontos közreműködő elem a folklór fenntartásában (Dégh 1994). Úgy tűnik, hogy a hazai folkloristák néhány kísérlettel eltekintve sajnos még mindig nem igazán akarnak/mernek vállalkozni a tömegjelenségek, ezen belül is a média folklórral való kölcsönhatásának módszeres és következetes vizsgálatára. (A teljesség igénye nélkül néhány jellemzőbb kivétel: Gunda 1980; Balázs 2004, 2011; Vargha 2005; Nagy 2005; Domokos 2005, 2007; Kriston Vizi 2006; Povedák 2007, 2011). A technika fejlődésével folklórhordozó közegek jelennek meg és tűnnek el viszonylag nagy gyorsasággal. Ma már sajnos nem lehet a xeroxlore (faxlore) jelenségeit vizsgálni, de az SMS-folklór népszerűsége is csak a 2000-es évek legelejéig tartott (Preston 1994; Dundes és Pagter 1978, 1987, 1991, 1996; Domokos 2010). Kiindulópontunk az, hogy a modern infokommunikációs eszközökön keresztül terjedő jelenségek időről időre csupán közeget váltanak, nem tűnnek el véglegesen.<sup>5</sup> Dokumentálható többek között az, hogy az internetes folklórt jelenleg uraló ún. fotosopok, illetve „image macrok”<sup>6</sup> előzménye az irodai fénymásolók közvetítette folklór, az e-mailben továbbítandó, szerencsehozó lánclevelek pedig közvetlenül az egykor kézzel másolva sokszorosított, postán továbbított Szent Antal-lánchoz vezethetők vissza (Hoppál 1984; Heyd 2009: 259; Radchenko 2013b). Távolabbi gyökerekre pillantva jelen dolgozatban is látható az 1840-es években született Kossuth-nóta különböző variánsainak SMS-ben, e-mailen, sőt a Facebookon, Twitteren való továbbélése. Mostani kísérletünkben felvállaltan kutatjuk a nyilvánvalóan tünékeny, ám folklorisztikai módszerekkel jól megragadható jelenségeket is, sőt éppen emiatt érezzük fontosnak rögzíteni a folklór határait súroló képi, szöveges és audiovizuális alkotásokat is. Az internet az elmúlt évtizedekben a kutatók számára fontos gyűjtési tereppé vált. A jelen dolgozat alapját képező gyűjtés is hangsúlyosan digitális terepen zajlott, különböző internetes hír- és blogoldalakról, valamint a Tumblrről és a Facebookról származnak az idézett példák.<sup>7</sup>

Napjaink internetes folklórkutatásai lehetőséget nyújtanak arra, hogy újragondoljuk a folklór alapvető jellemzőit, eltöprengjünk többek között a szóbeliség és a szerzőség, a rögzítettség és a variálódás kérdésein, a továbbadás módján, valamint a hagyomány jelentésén. Érdekes megfigyelni, hogy a korai, 19. századi magyar folklór és a 21. századi, azaz a mai, elektronikus korszak folklórájának gyűjtője sok szempontból ugyanazokkal a nehézségek-

5 Erre vonatkozó példaszerű elemzés Trevor J. Blank kötete a katasztrófa humor evolúciójáról (2013), amelyben bemutatja, hogy a szóbeli viccek, a xeroxlore stb. hagyományos mintái hogyan kerülnek át online felületre. A szóbeli, illetve digitális folklór megkülönböztetése helyett sokkal inkább a folklórjelenségek életének – médiumtól független – folytonosságát hangsúlyozza, amely a szövegek variálódása és aktualizálása révén valósul meg. Az elektronikus folklór, az internetfolklór és az SMS-folklór szócikkekben megfogalmazott definíciószerű leírását lásd a készülő *Magyar Népköltészeti Lexikon* mutatói között: Domokos (2013b: 384–385, 398–399, 413–414).

6 Az „image macro” szöveggel ellátott humoros képet jelent az internetes kultúrában, lásd Rutkoff (2007); McNeill (2013: 179).

7 Az elektronikus folklór terminológiai és gyűjtésének módszertani kérdéseiről bővebben lásd Domokos (2013a, 2014).



kel találkozik (vö. Bendix 1997). Azon túl, hogy közel kétszáz évvel ezelőtt ugyanúgy meg kellett küzdeni az egyes folklórműfajok létjogosultságáért, mint ma, akkor a szóbeliségből az írásbeliségbe való médiumváltás során jelentkező technikai problémákkal szembesültek (vö. Gulyás 2010), most a digitális terepen gyűjtőknek hasonló problémát jelentenek az elektronikus közegben jelentkező folklór gyűjtésének technikai-módszertani kérdései. Talán meglepő, mégis alapvető kérdés például az, hogy milyen online felületeket értékelhetünk hiteles digitális terepként, milyen keresőszavakat használjunk, hogyan archiváljuk a gyűjtött anyagot, vagy hogy a hagyományos publikációs lehetőségek mennyire használhatóak a gyűjtemények közzétételére (Radchenko 2013a). Az adatközlők anonimitását illetően szintén találunk hasonlóságot a legelső és a legújabb gyűjtések között: a 19. században az egyes folklóralkotások mögött álló egyén kevésbé volt fontos magához a produktumhoz, a folklóralkotáshoz képest. A 21. században némiképpen újra arctalanná válik a folklórt hordozó „nép”, ezúttal azonban nem elméleti, hanem technikai okok miatt. A digitális terepen nehézséget jelent a technikai feltételekhez való erőteljes kötöttségen kívül az a tény is, hogy az online közegben a „narrátor” vagy az „adatközlő” személye felől sohasem lehetünk teljesen bizonyosak, lévén, hogy a neten mindenki egyfajta virtuális identitással rendelkezik. A webkettes alkalmazások (O'Reilly 2005; Szűts 2012), ahol a felhasználók egyúttal előállítók is lehetnek, részben éppen a névtelenség miatt annyira népszerűek, hiszen ha nem kell névvel vállalni pl. egy fotosopot, hoaxot, mémet vagy blogbejegyzést, úgy azokat sokkal szívesebben hozzák létre és osztják meg. De ha tudunk is nevet azonosítani egy-egy szöveges vagy képi tartalom mögött, kérdés, hogy az vajon mit árul el nekünk, mennyivel teszi árnyaltabbá a folklórjelenség értelmezését?

Az egyéniség-specifikus közösségi oldalakat „egomédiának” is szokták nevezni, hiszen pl. a Facebook, a Tumblr vagy a Twitter nem másból, mint egyének hálózatából épül fel. Furcsa ellentmondás, hogy még az ilyen, kifejezetten a személyiségre építő médiumok esetében is nagyon nagy nehézségekbe ütközik a közzétett folklórtartalom úgynevezett „adatközlőjének” beazonosítása, értelmező leírása. Úgy gondoljuk, hogy egyetlen adatközlő kiválasztása egy sok ezer alkalommal posztolt és megosztott folklórjellegű tartalomnál esetleges, sokkal informatívabb a megosztások száma, valamint a hozzá fűzött kommentek leírása. Ezzel nem állítjuk, hogy nem kell törekedni a budapesti vagy egyéniségkutató iskola által megfogalmazott elvárások szerint az adatközlők minél részletesebb leírására (Ortutay 1940), ahol erre lehetőség van, pusztán csak arról van szó, hogy ez nem minden műfaj esetében, illetve nem minden alkalommal kivitelezhető vagy célravezető az online terepen. Gondoljunk egy népszerű fotosopra, amely számtalan like-on és megosztáson keresztül sok tízezer felhasználóhoz jut el. Melyik megosztó számít adatközlőnek? Az első? Vagy valamennyi? Esetleg mindenki, akihez eljut és like-olja vagy kommentálja? Ugyanez a kérdés a folklórjellegű videókkal is. A letöltések száma csak nagyjából ugyan, de mégis valamiféle képet rajzol az egyes jelenségek elterjedtségéről, miközben a megosztó felhasználó neve egyáltalán nem jelent semmit sem.

A virtuális gyűjtés és az internetfolklór közreadása során is fontosnak tartjuk, hogy lehetőleg minél több adatot közöljünk az anyag keletkezésének kontextusáról. Azonban úgy véljük, hogy a kevésbé informatív felhasználónevek (álnevek vagy éppen becenevek) céltalan rögzítése mellett sokkal hangsúlyosabb annak a közegnek a minél árnyaltabb leírása, amelyben létrejött az adott kép-, videó- és/vagy szövegalkotás. A kontextus leírása tehát minden esetben vállalandó feladat.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Ha már az adatközlő egyéniséget a virtuális valóságban nem is mindig tudjuk elérni, a kontextus minél részletesebb leírásának igényét szintén a budapesti vagy egyéniségkutató iskola (Ortutay 1940) örökségének tartjuk.

Egy más jellegű párhuzamot is lehet vonni a 19. századi és a digitális korszak folklórgyűjtései között. Merrill Kaplan véleménye szerint a korai gyűjtések és a publikációs gyakorlat esetében arról volt szó, hogy a társadalom egy bizonyos része (a művelt értelmiség) kiválogatott, fogyaszthatóvá és mások által elérhetővé tett bizonyos, általa megőrzendőnek minősített kulturális javakat (2013: 123). Ugyanezt a jelenséget figyelhetjük meg napjainkban a világhálón akkor, amikor „az internet népe” laikus folkloristaként gyűjt, rendszerez és különböző honlapokon közzétesz, kommentál folklórműfajokat, például vicceket, proverbiumokat, modern mondákat, rémhíreket. Kaplan a hagyomány gondozásának eme folklorizálódott jelenségét a médiatudományból kölcsönzött kifejezéssel *kurátorságnak* (*curation*) nevezi. Dolgozatában azt állítja, hogy a kurátorság módszere a hagyomány helyébe lép, ahol az egyik végződik, ott kezdődik a másik.<sup>9</sup> A hivatalos, a felülről irányított, intézményesített és a spontán, egyedi magánkezdeményezések keveredése az interneten a hagyomány továbbadásának folyamatában is erőteljesen jelen van, amivel a folkloristáknak is számolniuk kell.

A „laikus” gyűjtési és közreadási stratégia párhuzamba állítható nemcsak az első nyomtatásban is megjelent folklórgyűjtésekkel, hanem a hivatásos folklorisztika kialakulását megelőző, illetve azzal párhuzamosan futó jelenséggel is. A 18–19. századi kéziratos énekeskönyvek és más gyűjtemények lejegyzőinek célja részben ugyanaz: a nekik tetsző szövegek összegyűjtése egyrészt saját kedvtelésre és esetleg későbbi felhasználásra, másrészt mások szórakoztatására (Csörsz 1999). A kéziratos közköltészethez (lásd pl. Küllös 2012) hasonlóan részben a 20. századi paraszti írásbeliség (Keszeg 2008) esetében sem igazán releváns a szerzőség kérdése, és a kézzel összeírt vőfélykönyv, énekeskönyv stb. összeállításakor is másoltak mások gyűjteményeiből. Az elektronikus gyűjtemények esetében ugyan több lehetőség adódik a mechanikus másolásra, de ugyanúgy szelektálás, másolás és variálás folyamata zajlik, mint a korábbi századokban.

Most nézzük, mi jellemzi a digitális folklóralkotásokat: Az interneten terjedő folklóralkotás szerzője ismeretlen, felhasználóról felhasználóra terjed, hagyományos elemekből építkezik és formulaszerűsége törekszik, a technikai lehetőségeknek köszönhetően könnyen változtatható, emiatt variánsokban él, nagyon gyorsan terjeszthető, funkcióját tekintve pedig jellemzően aktuális, közösséget érintő témákra reagál. Egyértelmű tehát, hogy az elektronikus közeg bizonyos jelenségei biztosan folklórnak számítanak. Dégh Linda általában a tömegmédiákra tett megállapítása helytállónak tűnik az elektronikus folklór jelenségeire is: véleménye szerint az egyik legfontosabb folklórjellemzővé a variabilitás vált, a variánsok meglétét tartja kulcsfontosságúnak (1994: 33).<sup>10</sup>

A technika korának írott alkotásai és a szóbeliség közötti interaktivitást és szinkronitást tekintve egyébként is párhuzamot lehet vonni – az elektronikus folklór, ezen belül az internetfolklór alkotásai közelebb állnak a szóbeliséghez, mint a hagyományos, rögzített írásbeliséghez (vö. Foley 2012). A modern infokommunikációs eszközök segítségével megjelenített képi és szöveges folklóralkotások terjedése a folklór hagyományos, szájról szájra megvalósuló átadási sebességéhez képest azonban összehasonlíthatatlanul gyorsabban, másodpercek alatt zajlik le. A hagyomány idődimenziója szükségszerűen átértelmeződik. A „face to face” információcsere „person to person” kommunikációra módosult. Ezzel együtt az egyes jelenségek élettartama lerövidült, az alkotók és felhasználók köre kiszélesedett.

9 A fogalom részletes kifejtését lásd Kaplan izgalmas, továbbgondolásra érdemes tanulmányában (2013: 126–127).

10 Dégh felhívja a figyelmet arra a tényre, hogy érdekes módon a szóbeliség hiányát a legelső magyar népmesegyűjteményen senki sem szokta számon kérni, holott ismeretes, hogy Gaal György 1822-ben megjelent könyvének szövegeit nagykunsági katonák *írták le* feljebbvalójuk utasítására (Dégh 1994: 21; Gaal 1822).

Természetesen óhatatlanul felvetődik a kérdés, hogy a virtuális terepen gyűjtött információ hitelesnek tekinthető-e. Kérdéssé válik magának az autentikusságnak a jelentése is. Arról van szó ugyanis, hogy az online tartalmak dinamikája teljesen eltérő a hagyományos folklórjelenségek dinamikájától. Gyorsabban és több felhasználóhoz jutnak el, hamarabb épülnek be a közösségi tudásba. Ennek eldöntése minden egyes esetben külön vizsgálatot igényel. Meg kell azonban jegyeznünk azt is, hogy az online és az offline gyűjtés mesterséges szétszakítása értelmetlen dolog. Trevor J. Blank más szerzőkkel egyetértésben leszögezi, hogy az internet mint gyűjtési terep nem választható el a hagyományos, a folklórisztika és a néprajz klasszikusnak minősített terepétől (Blank 2007: 22, 2009a: 11). Ugyanúgy emberek kommunikálnak az interneten is, és az internetfolklór is a valóságos világ eseményeire reflektál, még ha azok tálalása a médiában jelentős hatással is van rá (Davies 2003; Blank 2013).

Összegezve azt mondhatjuk, hogy amikor szövegfolklóristaként az *elektronikus választási folklór* vizsgálatára vállalkozunk, elsősorban a digitális folklór nemzetközi szakirodalmából indulunk ki, ennek és a politikai humor hazai kutatásának metszéspontjában határozzuk meg saját vizsgálatunk tárgyát és módszerét. *Elektronikus választási folklór*ról beszélünk, nemcsak azért, mert kutatási terepként elsősorban az internetet, kisebb mértékben más elektronikus eszközök (mobiltelefon, okostelefon, iPad, tablet stb.) által közvetített adatokat vizsgálunk, hanem azért is, mert úgy látjuk, hogy az elektronikus közvetítési mód alapvetően meghatározza a gyűjtött anyagot. A *választási folklór* megjelölés a vizsgált anyag tematikus behatárolását jelenti: a választásokhoz és az ezt megelőző kampányidőszakhoz szorosan kapcsolódó, politikai pártokra, politikus személyiségekre, választási programokra reflektáló kampányüzenetek, plakátfeliratok, szlogenek, rigmusok álltak érdeklődésünk középpontjában. Ez a felsorolás csak kis részben utal műfaji meghatározottságra, de hagyományos műfajok – mint a kortesdal – is megjelennek új kontextusban.

Az internetfolklór egyik legmeghatározóbb vonása az aktualitás, a kisebb vagy nagyobb közösséget érintő kérdésekre történő gyors reagálás. Az országgyűlési választásokat megelőző politikai kampány esetében Magyarország valamennyi választópolgára érintett, tehát potenciálisan bárki lehet a választási folklór létrehozója, befogadója és terjesztője. Éppen ezért tűnt az internetfolklór lényeges kérdéseit, kutatási módszertanát megközelítő cikk kézenfekvő tárgyának a legutóbbi, 2014-es magyar országgyűlési és az európai parlamenti választások témája. Természetesen nem csak online közegben létezik a választási vagy kampányfolklór, ám a laikus kampányarchívumok (blogok, hírportálok stb.) folklóradatainak kiaknázása hatalmas, megkerülhetetlen forrást jelent.

Végül *folklórként* határozzuk meg vizsgálatunk tárgyát, mivel meggyőződésünk, hogy ez a szöveges vagy részben szöveges anyag egyfelől tradicionális műfajokat (pl. kortesdal, jelszó, vicc) hagyományoz és variál tovább, másfelől az újabb jelenségek terjedése kifejezetten folklórjellegű, valamint az egyes jelenségek szinte egészükben a folklórisztika alapfogalmainak (variáns, variálódás, hagyományozódás stb.) segítségével írhatóak le és értelmezhetőek. Még akkor is így van ez, ha az anonimitás, variálódás stb. fogalmakat csak bizonyos korlátozással használhatjuk. Egy-egy variáns vagy akár technikai megoldás lehet tisztavirág-életű, sőt az apóropoul szolgáló esemény is gyorsan kimehet a köztudatból, amelyre az egyes szövegek, képek reflektálnak. Bizonyos elemek, szüzsék, képek és szófordulatok, illetve hagyományozódási minták és technikák azonban újra és újra felbukkannak, közegetől és olykor tartalomtól is függetlenül. Fontos hangsúlyozni, hogy az általunk dokumentált jelenségek is egyfajta tradíció részét képezik, az önmagukban értelmezhetetlen vagy elsőre annak tetsző jelenségek

a hagyományozódás láncolatának elemei, legyen azok megjelenési formája szóbeli, írásbeli, vizuális vagy audiovizuális (vö. Blank és Howard 2013).

### Kis kampánytörténet – a folklorisztika nézőpontjából

A kutatás számára keretet ad a hivatalos kampány, amely egyben a vizsgált szövegek, képek stb. kontextusát is jelenti. Figyelembe kell tehát vennünk az ebben részt vevő pártokat, ezek jelöltjeit, a kampányeseményeket és -üzeneteket. Azonban a politika- és kommunikációtudományi elemzésekkel (pl. Kiss és Boda 2005; Kiss, Mihályffy és Szabó 2007; Szabó, Mihályffy és Kiss 2011) szemben itt elsősorban vizsgálatunk közvetlen előzményeit mutatjuk be, a konkrétabb folklorisztikai aspektusokkal bíró kutatásokra koncentrálna az előző három parlamenti ciklusból.

Ezt megelőzően viszont mindenképpen kell néhány szót szólnunk a politikai humort középpontba állító kutatásokról. A témának nagy és egyre növekvő irodalma van, különösen a posztszocialista országokban (lásd Krikmann és Laineste 2009). A kutatások jellemzően az interdiszciplináris humorkutatás (*humor studies*) kereteiben zajlanak.<sup>11</sup> Ezen belül a folklorisztikai jellegű, az internetes forrásokat messzemenően kiaknázó vizsgálatok elsősorban a politikai viccekre irányulnak (pl. Arkhipova 2012; Astapova 2013); bár az utóbbi években a kifejezetten online műfajt jelentő internetes mémeket, fotosopokat is vizsgálják ilyen szempontból (Duffy, Teruggi és Young 2012; Lyons 2013). Ezeknek a kutatásoknak a részletes bemutatására nincs itt módunk, azonban bizonyos aspektusokra még visszatérünk.

#### Választási folklór 2002 – 2006 – 2010

A 2002-es országgyűlési választásokat megelőző kampány egyik újdonságának nevezték a médiakutatók „az információs technológiák mint posztmodern kampányeszközök” színre lépését (Dányi 2002: 23, 2003). Ez azonban akkor még elsősorban egyirányú tartalomszolgáltatást jelentett. Ugyanakkor a 2002-es választások két fordulója között az elektronikus kommunikációs eszközök más szerephez is jutottak: hivatalos kampányüzenetek és a kampányhoz kapcsolódó folklorisztikus tartalmak tömegeit továbbították SMS-ben és e-mailben. A jelenségre gyorsan reagálva a Közép-európai Egyetemen működő Nyílt Társadalom Archívum (OSA Archívum) a „választások két fordulója között felhívást tett közzé arról, hogy megnyitja elektronikus kampánylevél-archívumát. A felhívásban kérte mindazokat, akik e-mailen vagy SMS-en kaptak az országgyűlési választásokkal kapcsolatos üzeneteket, küldjék tovább azokat a megjelölt e-mail címre, illetve mobiltelefonszámra. A felhívásra tömegesen érkeztek az üzenetek, amelyeket 2002. április 10-étől május 10-éig fogadott az archívum” (Székely 2008: 308). A mintegy 900 e-mail és 185 SMS-t tartalmazó online archívum jelenleg is elérhető,<sup>12</sup> elemzése több kutatás tárgyát képezte.<sup>13</sup> Sükösd Mihály és Dányi Endre tanulmányukban (2002) a beérkezett üzeneteket négy csoportra osztották:

11 Lásd az alábbi tanulmánykötetet: Tsakona és Popa (szerk.) (2011) és a *The European Journal of Humour Research* politikai humornak szentelt különszámát (2013. Vol. 1. No. 2.), interneten: <http://www.europeanjournalofhumour.org/index.php/ejhr/issue/view/Political%20humour> (letöltve: 2014. június 22.).

12 <http://www.kampanyarchivum.hu/kampany02/list.php> (letöltve: 2014. június 5.).

13 Lásd pl. Sükösd és Dányi (2002); felhasználja tanulmányához Balázs Géza (2004) is.

1. elektronikus poénok, versikék, 2. propagandaüzenetek, 3. rémhírterjesztés, 4. mozgósító, közös politikai cselekvésre felszólító üzenetek. Elemzésükben az interneten megjelenő – és részben a szóbeliséggel átfedésben levő – humoros politikai költészetre is kitértek, és Petőfi Sándor, Arany János és más 19. századi klasszikusok naprakész politikai átiratai, aktuális paródiái mellett a kortesdalokkal való rokonságot is figyelemre méltónak találták (Sükösd és Dányi 2002: 289).

Az SMS-ben és e-mailben továbbított kampányfolklor vagy választási folklor az újságírók, médiakutatók és politikai elemzők mellett a folkloristák érdeklődését is felkeltette. Nagy Ilona az általa *választási folklor*nak nevezett jelenségcsoportot e cikk szerzőihez hasonlóan értékeli: egyértelműen folklornak tekinti, és éppen abban látja jelentőségét, hogy a korpusz „a szemünk láttára jött létre, alakult, variálódott, sikerült darabjai a csúcsidőben, a választás napján egy adott csoporton belül ismertté váltak, majd a választások második fordulója, tehát az ezt követő két hét elmúltával értelmüket veszítve eltűntek” (Nagy 2005: 466). Folkloristaként három szempontot helyez előtérbe: a műfajok, a szűzség és a funkció kérdéskörét. A megjelenő műfajok közül az alábbiakat emeli ki: viccek, közmondásszerű szólások, szentenciák, parafrázisok, jóslatparódiák, rémhírek és rémhírparódiák, jelszók és rigmusok. Nagy Ilona azt is hangsúlyozza, hogy a szövegekben olykor egészen archaikus szűzség is megjelennek, pl. az egyik viccben egy teremtszónak szűzsége. A szövegcsoporthoz legfontosabb funkciójának pedig a csoporton belüli szolidaritás és a más csoportoktól történő elkülönülés megerősítését látja Balázs Géza. Írásában a választási SMS-ek folklorisztikai és szövegtani vizsgálatára vállalkozott (2004). Kommunikációelméleti szempontból figyelemre méltónak tartja a terjedés módját, a „pontról pontra” kommunikációt, vagyis a szövegek láncszerű továbbítását, amely a lánclevelekhez teszi ezeket hasonlóvá (Balázs 2004: 36). Az OSA Archívumra és saját gyűjtésére alapozva Nagy Ilonához hasonlóan Balázs az alábbi szövegtípusokat azonosítja: jelszó, kortesdal, hír (rémhír), tudósítás, idézet, közlemény, felhívás, hirdetés, útállapot-jelentés, vicc, travesztiaműfajok (2004: 41–42). A nagy gyűjtött anyagnak egyfelől a (hagyományos és új) műfaji rendszerét mutatja be, másrészt retorikai szempontból elemzi a szövegeket.

Balázs Géza maga is kérdésként veti fel, hogy „az SMS egy átmeneti, pillanatnyi »tömegkommunikációs« szerepet kapott-e [...], vagy lesz-e folytatása” (Balázs 2004: 51), és az előbbi lehetőséget tartja valószínűbbnek. 12 évvel a 2002-es választások után megválaszolhatjuk ezt a kérdést: az SMS mint közvetítő forma kiemelt szerepe valóban „pillanatnyi”, átmeneti volt a választási vagy kampányfolklorban. Azonban a választási folklor *elektronikus folklor*ként való megjelenése mégsem elhanyagolható, és nem is mulandó. Az ezt követő kampányok hasonló, sőt egyre fokozódó mértékben technicizáltak mind a hivatalos kommunikációt, mind a „nép” laikus reakcióit illetően.

Az egyes szövegek SMS-ben vagy e-mailben történő gyors továbbítása mellett már ekkor megfigyelhető a szubjektív gyűjtemények összeállításának igénye és gyakorlata. Ezek esetében a szervezővel az adott kampányidőszak eseményei, a médiában megjelenő plakátok és a kampányüzenetek, és emellett gyakran a „kurátor” politikai meggyőződése jelenti. A mechanikus másolás kombinálódik a véleményt tükröző variálással. A 2002-es választásokhoz kapcsolódó elektronikus üzenetekből – elsősorban a humoros alkotásokból (viccek, rigmusokból) – összeállítások jelentek meg személyes honlapok vagy blogok mellett a napilapokban is.

A 2006-os választások több szempontból is fordulatot hoztak. A 2002-es üzenetek gyűjtésében jelentős szerepet vállaló OSA Archívum 2006-ban tudatosan és alaposan felkészült a választási folklórt is magában foglaló elektronikus kampánylevelek gyűjtésére, az új formák (videó, MMS) fogadására és a több ezer várható üzenet kezelésére (Székely 2008). Azonban a várakozásokkal ellentétben jelentősen csökkent az archívumba beküldött üzenetek száma, a további eltéréseket pedig a következőkben foglalta össze Székely Iván társadalmi informatikus:

Az SMS gyakorlatilag eltűnt (mindössze 29 darab érkezett); a szöveges üzenetek helyét zömében átvették a vizuálisak; jelentősen több lett a csatolmány (a 389 beérkezett e-mail közül 296 tartalmazott csatolmányt); a beküldők jellemzően képfájlok gyűjteményeit csatolták üzeneteikhez (a 296 csatolmánnyal küldött e-mail összesen 676 csatolt fájlt tartalmazott; ezek túlnyomó többsége képfájl volt); [...] a vizuális anyagok (többségükben montázsok, digitálisan retusált képek) átlagos szakmai színvonala javult, néha professzionális kivitelben készültek; a küldőláncok rövidebbek lettek, vagyis kevesebb továbbküldői állomás után érkeztek az üzenetek az archívumba (Székely 2008: 313).<sup>14</sup>

Bár ennek a választásnak a „folklórtermését” szakfolkloristák nem mutatták be és nem elemezték, a folklorisztikai szempontú vizsgálat ezúttal sem maradt el: Bodoky Tamás média-kutató *Többet retusálunk, mint négy éve* című cikkében (2006) így összegezi a helyzetet:

Míg négy éve az SMS-ben és az e-mailben terjedő, humoros, mozgósító, vagy legalábbis annak szánt rövid szöveges üzenetek dominálták az országgyűlési választások által inspirált digitális kampányfolklórt, az idén minden eddiginél több digitálisan manipulált kép, úgynevezett fotosop öntötte el az internetet; e képek többsége a pártok kampányplakátjait gúnyolta vagy fogalmazta át (Bodoky 2006: 7).

Bodoky az amerikai folklórkutatók, különösen Alan Dundes és Russell Frank által képviselt *netfolklór* koncepcióját követi, e jelenségkörbe sorolva az „az e-mailben, a webszítokon, a blogokon és a fórumokon terjedő vicceket, álhíreket, városi legendákat, karikatúrákat, digitálisan manipulált képeket, sőt újabban az ilyen jellegű hang- és videófájlokat is”; és hangsúlyozva, hogy a hagyományos folklórhoz hasonlóan „a netfolklór is reflektál a professzionális média, a tömegtájékoztatók által közölt hírekre” (Bodoky 2006: 8–9; vö. Russell Frank (2011) *newslore* koncepciójával).

2010-ben a pártok kampányában már önálló területet jelentett az online politikai kommunikáció (Burján 2010a, 2010b). „Az internet aktív használata és a közösségi média lehetőségeinek kiaknázása alapjaiban változtatja meg a politikai kampányok minőségét és a választások menetét, segítve ezáltal a részvételi demokrácia kultúrájának terjedését” (Burján 2010a). Ezen belül Burján a személyes blogok (pl. Gyurcsány Ferencé), a YouTube-os videomegosztások hazai kampánycélú használatában vízvélátóznak látja a 2010-es évet, ugyanakkor a mikroblogokat (Twitter) még nem használják jelentősen, és bár a pártoknak már van hivatalos profilja a közösségi oldalakon (Facebook, iWiW), ezek követőinek száma még nem haladja meg az 50 000-et (Burján 2010a, 2010b).

Ami a hivatalos kampányhoz kapcsolódó folklórt érinti, mind a gyűjtés, mind az elemzés jóval elmaradt a két megelőző választásától. Bár eredetileg tervezték, nem folytatódott a gyűjtés és vizsgálat az OSA kampányarchívuma részéről. A Photoshop segítségével át-

14 A 2006-os üzeneteket lásd az <http://www.kampanyarchivum.hu/kampany06/list.php> oldalon.

szerkesztett kampányképek, elsősorban plakátok gyűjtőoldalaként egy közösségi blog működött „Vote-o-shop: retusált kampány 2010” névvel, amely önmagát így határozta meg: „A 2006-os nagy sikerű »Rosszabbul fotosopolunk, mint négy éve« fórum folytatása: plakátok, kampányfilmek és más politikai hirdetések őszintére és/vagy viccesre korrigált változatai”.<sup>15</sup> A blogon fogadták az olvasók által szerkesztett plakátokat, és ezek elkészítéséhez technikai segítséget is nyújtottak.

### A 2014-es országgyűlési és európai parlamenti választások folklórjának elemzése

A magyarországi internet-előfizetések száma az elmúlt években megsokszorozódott, 2014 I. negyedév végén meghaladta a 6,6 milliót, ezen belül is a mobilnet piaca mutatja jelenleg a legdinamikusabb bővülést.<sup>16</sup> Nyilvánvalóan emiatt is a 2014-es választásokban a pártok eddigieknél intenzívebb online jelenléte volt megfigyelhető, a hivatalos honlapokon kívül valamennyi párt és a legtöbb politikus külön is jelen volt a közösségi média különböző platformjain. Jellemző volt, hogy az egyes képviselőjelöltek egyénileg is aktív online kampányt folytattak. Azt a folyamatot, amelynek keretében a politikai kommunikációban az intézmények háttérbe szorulnak, ezzel párhuzamosan pedig a politikusok, a politikai vezetők személyisége lép előtérbe, a politikatudomány a politika perszonalizációjának szokta nevezni (Kiss 2004: 78). Barack Obama 2008-as megválasztása idején jól átgondolt módon építette bele kampányába az online technikákat, a közösségi médiát, a fizetett blogírók által jegyzett blogokat, az e-mailes levelezést és több YouTube-videót alkalmazott hatékonyan üzeneteinek közvetítésére. A 2012-es újraválasztási kampányában a már bejáratott módszereket használta ki és az évek során online szerveződött hálózati közösségek aktivistáit mozgósította eredményesen (Merkovity 2009; Takaragawa és Carty 2012; Hong és Nadler 2012; az amerikai kampány folklórvonatkozásáról lásd: Duffy et al. 2012). Az amerikai elnökválasztás stratégiái mindig példaként szolgálnak az európai politikusok számára, így az ott használt, tudatosan irányított online kampánytechnikák a legutóbbi hazai választásokban is nagy szerepet kaptak, különösen a baloldali kommunikációban. A hibridizáció több síkon is jellemzi az online tartalmakat: a szóbeliség, az írásbeliség és az elektronikus írásbeliség határait nehéz, olykor lehetetlen meghúzni. A hivatalos, intézményesített választási kommunikáció és az alulról jövő, „népi” kezdeményezések határai szintén egymásba mosódnak. Sokszor spontánnak tűnnek fel nagyon is átgondolt és felülről irányított jelenségek. A kampányidőszak politikai folklórját emiatt gyakran nem lehet elkülöníteni a hivatalos politikai kommunikációtól, a spontán variálódást és terjedést a tudatos propagandától. Mindezeket felvállalva kezdtük el gyűjteni a választási folklórt az országgyűlési kampány kezdetekor, 2014 februárjában. Az intenzív gyűjtés az európai parlamenti választásig, május végéig tartott. Annak érdekében, hogy benyomásunk legyen az idej kampányról, első lépésként általános online sajtó- és közösségioldal-figyelést tartottunk. Számítottunk ugyan rá, hogy néhány korábbi, folklorisztikailag jól kiaknázható forrás újra aktivizálódik, de ez sajnos nem igazolódott. Várákozásaink ellenére a Facebookon sem volt túlságosan nagy számban jelen idén a kampányfolklór, azonban a Tumblr tagjai meglepetésünkre kimondottan aktív közösségnek mutatkoztak e téren. Figyeltünk netes hírportálokat, első sorban az index.hu-t, a hvg.hu-t

<sup>15</sup> <http://voteoshop.blog.hu/>

<sup>16</sup> [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_oni001.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_oni001.html) (letöltve: 2014. június 25.).

és az origo.hu-t, valamint az ezekhez kapcsolódó blogokat és közösségimédia-oldalakat. Azt kell mondanunk, hogy gyakran azon másodlagos forrásokkal találkoztunk először, amelyek egy-egy kampánytémává vált ügy kapcsán gyorsan reagáltak, és összegyűjtötték az aktuális mémeket – ezzel színesítve az egyébként a társadalmi részvételt tekintve nem túl izgalmas kampány bemutatását (Hegyesalmi 2014; Szily 2014; Szakács 2014).

A gyűjtés második fázisát az előzetes kutatás alapján népszerűbbnek ítélt egy-egy szöveg-, illetve mémtípus alaposabb vizsgálata jelentette. A gyűjtött anyag feldolgozásának jelenlegi fázisában még nehéz lenne – akár hozzátétőlegesen is – számadatokkal szolgálni, de a benyomásunk az, hogy a csak szöveges, a hagyományos műfajstruktúrába könnyen beilleszthető folklóralkotásoknál jóval nagyobb szerepet kaptak a kampány eseményeinek kommentálásában az ún. *internetes mémek*. Ugyanakkor a gyűjtés során a tradicionális folklórműfajok továbbélése is dokumentálható volt. A következőkben először a hagyományos folklór napjainkban való folytonossága mellett szeretnénk érvelni, majd az internetes politikai mémeket mint az elektronikus humor mai forrásait szeretnénk felvillantani két, sok variánsban élő mémtípus bemutatásának a segítségével.

### *Hagyományos műfajok megjelenése a választási folklórban – a Kossuth-nóta és variánsai*

A 2014-es kampány folklórjában olyan darabok is megjelentek, amelyek mélyen gyökereznek a hagyományos népköltészetben. Ennek egyik jól megfogható példáját a Kossuth-nóta megjelenése és szövegvariánsai jelentik a politikai témájú diskurzusban. Kossuth Lajosnak, az 1848–49-es forradalom és szabadságharc vezető egyéniségének kultuszát és megjelenését a magyar folklórban számos tanulmány tárgyalja (pl. Gerő 2004; Povedák 2011: 49–60; Ortutay 1952; Ujváry 1995; Landgraf 2014). A nevéhez kapcsolódó folklóralkotások egyik jelentős csoportját jelentik a műfajilag a kortesdalok<sup>17</sup> közé tartozó, közös dallamra énekelt Kossuth-nóták. A feltehetően 18. századi eredetű dallamhoz 1848 őszén, Kossuth toborzóját idején kapcsolhatták azt a szöveget, amelyet december 17-én már nyomtatásban is közölt egy napilap: „Kossuth Lajos azt izente: Nincsen elég regimentje. Ha még egyszer azt izeni, Mindnyájunknak el kell menni...” (Katona 1980b; Dégh 1952: 79–80).

A Kossuth-nóta rendkívül széles körben elterjedt, és voltaképpen születése pillanatától fogva nemzeti szimbólummá vált, ami népszerűsége mellett a szabadságharc bukását követően a hozzá fűződő éneklési tilalmat is magyarázza. Az állandó dallamra rendkívül változatos szövegvariánsokat énekeltek, ezekbe 1848 után előbb Kossuth életének eseményeit, majd más helyi jelöltek nevét is beleszőtték,<sup>18</sup> miközben a kortesdalfunkció megmaradt.

Ezt követően a korai munkásmozgalom, majd a 19–20. század agrármozgalmai is saját üzeneteikhez alakították és használták fel a választási harcokban a kortesdalokat és köztük a Kossuth-nóta dallamára énekelt szövegeket. Pl.: „Kossuth Lajos azt üzeni: / Jobboldali nem kell neki! / Táncsics legyen a követünk, / Ő a mi kedves vezérünk!” (Katona 1980a: 280). Az

17 A kortesdalok olyan, „választáskor a pártot és jelöltjét dicséző vagy az ellenfelet ócsárló dal”-ok, amelyek szövegét „korabeli divatos népdal [...] vagy magyar nóta dallamára húzták rá” (Katona 1980a: 279). A felülről szervezett népi kultúra rigmusköltészetéről lásd pl. Stefány (1987).

18 Pl.: „Kossuth Lajos azt izente, / Pécs városnak nincs köve. / Ő még most nem jöhet haza; / Jó követet kér a haza. / Éljen Irányi! [...]” (Pécs, 1868; közli Dégh 1952: 134–135). Egy gyulai kéziratban a dallamjelölést feltüntetve 14 versszakon keresztül ócsárolják az ellenjelölteket és éltetik saját jelöltjüket, Hajóssyt a gyulai 48-as párt képviselői (Bódnán é. n.: 20).



első világháborúban a tiltások ideiglenes felfüggesztését kihasználva széles körben énekelték a katonák különböző szövegvariánsait, Kossuth Lajost gyakran „Ferenc Jóska”-val helyettesítve (Szabó 2007: 46). A kortesdal műfaja ezt követően a 20. század döntő politikai változásainak éveiben: 1945-ben, 1956-ban és 1988–90-ben éledt újra Magyarországon (Balázs 2004: 42), majd 2002-ben jelent meg ismét aktualizált, sokszor ironikus formában (Dányi 2003: 19).

2002-ben az országgyűlési választások két fordulója között emelte kampányszervezői közé a Fidesz a Kossuth-nótát, beépítve azt a Kossuth téren megrendezett nagygyűlés rituáléjába (Gerő 2004: 72). Ettől kezdve lett ez a párt hivatalos retorikájának szerves része, máig rendszeresen felcsendül valamennyi jelentősebb pártrendezvényen. Azonban még érdekesebb szerephez jutott a párt nem hivatalos kommunikációjában, amikor egy mozgósító SMS az alábbi szöveggel terjedt széles körben: „Orbán Viktor azt üzenete, nem elég a regimentje. Ha még egyszer azt üzeni, mindenkinek el kell menni! Éljen a haza! Add tovább 5 hazafinak”.<sup>19</sup> Azt láthatjuk, hogy ebben a kontextusban a Kossuth-nóta pozitív, szimbolikus szerephez jut mind kanonizált formájában, hivatalos csatornákon, mind folklorizált, de propagandacélra használt változatában. Ugyanakkor a negatív kampányfolklór részeként is megjelentek részben a fenti szöveg paródiáinak tekinthető változatok, részben más pártok képviselőihez kapcsolódó ironikus variánsok, amelyek szintén elsősorban SMS-ben terjedtek.<sup>20</sup>

Az előzmények igen vázlatos ismertetése után lássuk, hogyan jelenik meg a Kossuth-nóta a 2014-es kampányban és annak folklórjában. A Fidesz hivatalos rendezvényein a kampány során is következetesen elhangzik a kanonizált szöveg, amint erről a szimpatizánsok és a sajtó képviselői által megosztott videók mellett a miniszterelnök Facebook-oldala is tanúskodik.<sup>21</sup> Széles körben terjedt a 2002-es toborzó SMS-ben szereplő szövegváltozat is, több hírportál megosztotta a videót, amelyen 2014. március 15-én a Pécsre látogató Orbán Viktort a Fidesz-szimpatizánsok az „Orbán-nótával” köszöntik.<sup>22</sup> Amint láthatjuk, az átirás ténye még nem jelent állásfoglalást, a konkrét személyre adaptált dal szimpatizáló vagy gúnyoló szándékkal is elhangozhat a kontextustól függően. Egyértelműbb a helyzet a videó egyik megosztásához írt kommentár esetében, amely egy szintén Orbán Viktorra adaptált betyárballadát közöl.<sup>23</sup>

19 SMS-1094 <http://www.kampanyarchivum.hu/kampany02/list.php?psearch=azt+%FCzente&Submit=OK+%A0%28%29&psearchtype> (letöltve: 2014. június 26.). Papp-Váry Árpád (2002) a fenti akciót a vírusmarketing példájának tartja – vagyis szerinte tudatos reklámkampányról van szó, amelynek eladandó „terméke” éppenséggel egy politikai párt. A toborzó SMS rendkívül sikeres volt, „egyes híradások szerint 200 ezer ember gyűlt össze” (Papp és Váry 2002: 51). A tanulmányban idézett szövegpéldákat külön jelölés nélkül a források szerint betűhíven adjuk közre.

20 Pl. „Orbán Viktor azt üzenete, szarban van a regimentje. De hiába üzengeti, most már neki kell elmenni. Mert ez a magyar igazság, így dönt a haza” (SMS-1776); „Orbán Viktor azt üzenete, elhagyta a józan esze! Ha valaki megtalálja, Postán küldje majd utána!! Tam-taram-taramm!” (SMS-1428) Néhány további szöveg más pártok képviselőire (Kovács László, MSZP; Csurka István, MIÉP) utal, a vonatkozó szövegek megtalálhatók az OSA Archívumban: <http://www.kampanyarchivum.hu/kampany02/list.php?psearch=azt+%FCzente&Submit=OK+%A0%28%29&psearchtype> (letöltve: 2014. június 3.).

21 <http://magyarhirlap.hu/igy-enekelte-orban-vendegeivel-a-kossuth-notat-video>; <http://valasztas2014.hir24.hu/valasztasi-hirek/2014/03/29/igy-enekel-orban-viktor/>; [http://index.indavideo.hu/video/Ha\\_van\\_eleg\\_sziv\\_a\\_dal\\_az\\_csak\\_igy\\_lesz\\_szep](http://index.indavideo.hu/video/Ha_van_eleg_sziv_a_dal_az_csak_igy_lesz_szep); <https://www.facebook.com/photo.php?v=10152313625151093&set=vb.298090296092&type=2&theater> (letöltve: 2014. június 3.).

22 <http://kolozsvaros.ro/-/ezuttal-nem-a-kossuth-lajosnak-szolt-a-nota>; <http://propeller.hu/itthon/2892132-orban-viktorra-adaptaltak-kossuth-notat> (letöltve: 2014. június 3.).

23 Esik eső szép csendesen csepereg, / Orbán Viktor a kocsmában kesereg, / Kocsmárosné hozzon bort az asztalra, / Legszebb lányát állítsa ki strázsának. // Édesanyám strázsakislány nem leszek, / Amott jönnek a fegyveres vitézek, / Orbán Viktor nem vette ezt tréfának, s felugrott sárga szőrű lovára. // Sárga szőrű lova viszi messzire, egyenest a kerek erdő tövébe. / Lova lába megbotlott egy gödörbe, / Ott fogták el Orbán Viktort örökre. <http://propeller.hu/itthon/2892132-orban-viktorra-adaptaltak-kossuth-notat> (komment, március 18. 15:28) (letöltve: 2014. június 3.).

A célzott internetes keresés során<sup>24</sup> azt láttuk, hogy a Kossuth-nóta legtöbb szövegvariánsa blogbejegyzésekhez fűzött kommentárokban vagy mikroblogokban jelent meg, ezeket a felhasználók jellemzően továbbosztották. A jelentős változtatást tartalmazó variánsok egyértelműen ellenzékiek, és többé vagy kevésbé az aktuális kampányüzenetekhez, eseményekhez kapcsolódnak. A legtöbb aktuális utalást az alábbi szöveg tartalmazza, amely a „kormányváltó” tüntetésről szóló hírhez fűzött kommentárban jelent meg:

Orbán Viktor azt üzente,  
Elfogyott a regimentje!  
Ha még egyszer azt üzeni,  
Bandájának el kell menni!  
Éljen a magyar szabadság,  
Éljen a haza!

Esik eső karikára,  
A pojáca pocakjára!  
Valahány csepp esik rája,  
Annyi átok szálljon rája!  
Éljen a szólásszabadság,  
Éljen a haza!

[...]

Orbán Viktor látomása:  
Visszajön még hozzánk Szása!  
Orosz medve nagyon gázos;  
Görgeynek is Világos.  
Éljen a magyar szabadság,  
Éljen a haza!

Orbán Viktor azt üzente,  
Elfogyott a regimentje!  
Ha elfogyott a sok CÖF-ög,  
Nem lesz majd, ki néki rőfög,  
Éljen a szólásszabadság,  
Éljen a haza!

Orbán Viktor azt üzente,  
Elfogyott a regimentje!  
Orbán Viktor nem lett volna,  
agyhalott se lettem volna  
Éljen a sajtószabadság,  
Éljen a haza! [...]”<sup>25</sup>

---

24 Az „orbán viktor azt üzente” „elfogyott a” keresőkérdésre a Google 1660 találatot adott; az „orbán viktor azt üzente” „nem elég a” keresőkérdésre 1920 találatot. Utóbbi azonban elsősorban a 2002-es SMS szövegének előfordulásait jelentette. Hasonló próbálkozások más, a 2014-es választásokban jelentős szerepet betöltő politikusok nevének behelyettesítésével nem hoztak eredményt.

25 <http://nepszava.com/2014/03/magyarorszag/az-operanal-tuntet-vasarnap-az-ellenzek.html> (letöltve: 2014. június 3.).

Egy másik szöveget „Aktuális Kossuth nóták”, „Kossuth nóta mára írva”, illetve „Kossuth nóták ma” címen több forrás is közölt különböző hírekhez fűzött kommentárban, amelyek témája a miniszterelnök éértékelő beszéde, a rezsicsökkentés vagy éppen az, hogyan énekli Orbán Viktor a Kossuth-nótát valamelyik pártrendezvényen.<sup>26</sup> Végül meg kell jegyezni, hogy bár a Kossuth-nóta és variánsai tipikusan a politikai népköltészethez tartoznak, elvéve olyan esettel is találkozhatunk, amikor az átalakított változat teljesen apolitikus, és mindenféle kontextust nélkülöz. Ennek példája az alábbi szójáték: „Kossuth Lajos azt üzenete, a rádióba reggae ment jeeeee!”<sup>27</sup> A választások kapcsán kibontakozott politikai humor részletes bemutatása egy másik dolgozat tárgya lesz, a továbbiakban csak néhány internetes képviccet fogunk ismertetni. A konkrét példák bemutatása és elemzése előtt érdemes néhány szót szólni a mémekről és azok politikai felhasználásáról.

### *Az internetes politikai mémekről mint új jelenségekről*

A mém szó Richard Dawkins (2011 [1976]) munkássága nyomán vált ismertté, jelentése: kis, utánzásra kódolt önreprodukáló kulturális egység. Az utóbbi évtizedekben viszont az eredeti mémfogalom jelentősen módosult, és ezzel párhuzamosan a kifejezés igen széles körben elterjedt. A jelenlegi értelmezés szerint mém bármilyen, az interneten divatszerűen terjedő „jelenség, fogalom, szöveg, kép vagy kép-szöveg kapcsolat, [...] tartalma vicc, pletyka, kép, weboldal, hivatkozás, (ál)hír is lehet” (Veszelszki 2013: 13). A folklorisztika számára a mémek azért bírhatnak jelentőséggel, mert ezek az utánzás legkisebb egységeként variálódhatnak, így folklórjelenségek alapjául is szolgálhatnak. Monica Foote a memetika folklorisztikai alkalmazhatósága mellett érvel, amikor kifejti, hogy a folklór mindig mémekből áll, ugyanakkor nem minden mém tekinthető folklórnak (2007: 31). A mémeket már eddig is több folklorisztikai tanulmány vizsgálta (McNeill 2009, 2013; Kaplan 2013), ugyanakkor mi úgy véljük, hogy a mém meghatározás egyfajta terjedési módra utal, az internetes mém az online közeg segítségével jut el az egyik felhasználótól a másikig. Álláspontunk szerint ahhoz, hogy egy mém folklórjelenséggé váljon, elengedhetetlen az, hogy variánsai keletkezzenek. Ily módon, mivel nem csak folklórtermékek sorolhatóak a mémek közé, hanem gyakorlatilag bármilyen divatos jelenség, nem alkalmas az elektronikusan vagy a számítógép által közvetített folklór összességének megnevezésére. Ugyanakkor azonban az internetkultúra egyik alapvető émikus meghatározásáról van szó, emiatt számolni kell a folklorisztikának is e fogalommal (Domokos 2013: 297), amely az utóbbi években teljesen beépült a köznyelvbe és a hivatalos sajtó nyelvhasználatába is (vö. Huntington 2013). Dolgozatunkban a továbbiakban köznyelvi értelemben és nem tudományos szakterminusként használjuk a *mém*, illetve az *internetes mém* kifejezéseket.

Léteznek kifejezetten a mémeket gyűjtő és rendszerező oldalak, ilyenek például a *Mémizátor*, önmeghatározása szerint az első magyar mémgenerátor,<sup>28</sup> a *Mémeskút*,<sup>29</sup> illetve

26 [http://fenteslent.blog.hu/2014/03/17/marcius\\_unalmas\\_idusa](http://fenteslent.blog.hu/2014/03/17/marcius_unalmas_idusa); [http://kard.blog.hu/2014/03/18/a\\_nevtelen\\_rezsiharcos\\_szobra](http://kard.blog.hu/2014/03/18/a_nevtelen_rezsiharcos_szobra); <http://gepnarancs.hu/2014/03/europa-legegységesebb-orzaga-unnepelte-szombaton-a-sajtoszabadsagot/>; <http://magyarhirlap.hu/igy-enekelte-orban-vendegeivel-a-kossuth-notat-video> (letöltve: 2014. június 3.).

27 <http://faviccek.hu/kossuth-nota.html> (letöltve: 2014. június 3.).

28 <http://nyultam.com/meme-generator/>

29 <http://memeskut.hu/>

az *Egyesült Mém Művek*.<sup>30</sup> Az említett oldalak képanyaga, köztük a folklórjellegűek is gyorsan terjeszthetők, hiszen a webkettes alkalmazások révén könnyedén, néhány kattintással megoszthatóak másokkal.

A mémek a hazai internetes politikai kultúrában is már bő évtizede jelen vannak, korábban csak statikus fotosopok, majd animált fájlok formájában is, végül a 2009-es európai parlamenti választásokból már kampányvideo-paródiákat is ismerünk (Mózer 2009).<sup>31</sup>

A politikai tartalmú mémek kampányidőszakon kívül is jellemzően a politikusok személyére, politikai és azon kívüli szerepvállalásaikra reflektálnak, és jellemzően kritikát fogalmaznak meg legtöbbször a humor, az ironia esztétikai és a Photoshop elnevezésű képszerkesztő szoftver technikai segítségével.

A továbbiakban példákat szeretnénk hozni a 2014-es magyarországi országgyűlési, valamint európai parlamenti választások alatt és után, tartalmilag és/vagy formailag a kampánytematikára reflektálva létrejött mémek folklorizációjára. Előjáróban szeretnénk leszögezni, hogy az anyaggyűjtés és az elemzés mentes mindenfajta értéktéletről, az itt közreadott válogatásba azok a mémtípusok kerültek be, melyek az előzetes felméréseink alapján népszerűnek és kifejezetten variábilisnak mutatkoztak.

### Országgyűlési választások – a „Magyarország miniszterelnöke” mém

Orbán Viktor közel negyed évszázada kiemelkedően fontos szerepet játszik a magyar politikai közéletben. A Fidesz egyik alapítója, 1990-től országgyűlési képviselő. 1993 és 2000 között, valamint 2003-tól pártjának elnöke, 1998-tól 2002-ig, illetve 2010-től Magyarország miniszterelnöke. Személyisége és betöltött funkciói okán alakja körül viszonylag gazdag folklór bontakozott ki (Povedák 2011: 159–175; 2014).<sup>32</sup> A most bemutatandó képvariánsok alapjául is az Orbánra építő magyar és európai parlamenti Fidesz-kampányok hivatalos plakátjai szolgáltak.

A 2014. évi volt az első olyan rendszerváltás utáni országgyűlési választás, amely csak egyfordulós volt. Ez a tény, valamint az, hogy a kampányidőszak a korábbi évekhez képest sokkal rövidebb ideig tartott (február 15. napjától a választásig, április 6-ig), hozzájárult ahhoz, hogy várakozásainkhoz képest sokkal kevésbé volt intenzív és kiélezett a kampány, ennek megfelelően úgy tűnik, hogy folklórtermelés terén is kevésbé volt aktív a lakosság. A 2002-es parlamenti választások két fordulója közötti időszak, mint láttuk, a folklóralkotások szempontjából is kiugróan aktív volt (Balázs 2004; Nagy 2005).

A választás hivatalos részvételi adatai is azt tükrözik, hogy a parlamenti képviselők választása 2014-ben a korábbi évekhez képest kevésbé mozgatta meg az embereket, bizonyos fokú érdektelenség, fásultság mutatkozott a választások vonatkozásában.<sup>33</sup> Jól leképeződött

30 <https://www.facebook.com/egyesultmemmuvek>

31 A *bukás* című film egy jelenetének népszerű paródiáiról lásd Domokos (2013a: 301–302).

32 Az elmúlt évek internetes folklórjában a miniszterelnökön kívül többek között az egykori köztársasági elnök, Schmitt Pál is gyakran szerepelt (Domokos 2013a: 303–306).

33 2014-ben a választásra jogosultak 61,24%-a ment el szavazni. 1998-ban volt csak ennél kisebb a szavazói aktivitás, ekkor a két fordulóban 56,26% és 57,01% volt a részvételi arány: [http://hu.wikipedia.org/wiki/2014-es\\_magyarorsz%C3%A1gi\\_orsz%C3%A1gy%C5%B1l%C3%A9si\\_v%C3%A1laszt%C3%A1s](http://hu.wikipedia.org/wiki/2014-es_magyarorsz%C3%A1gi_orsz%C3%A1gy%C5%B1l%C3%A9si_v%C3%A1laszt%C3%A1s). Hagyományosan kevesebben, összesen csupán a választópolgárok 28,97%-a vett részt május 25-én az európai parlamenti választásokon ([http://valasztas.hu/hu/ep2014/877/877\\_0\\_index.html](http://valasztas.hu/hu/ep2014/877/877_0_index.html)).

mindez a kampányban, annak hivatalos változatán túl, az online aktivisták tevékenységének erőtlenségében is.

A Fidesz idei kampánya hangsúlyosan a miniszterelnök személyére épült, tekintettel arra a tényre, hogy a mérések szerint Orbán Viktor népszerűsége megelőzte a pártjátét.

Az elektronikus folklór érzékenyen reagált a Fidesz *Magyarország miniszterelnöke* című kampányplakátjára, melyre válaszul számos alternatív online kép- és szövegvariáció készült. Az eredeti plakáton Orbán Viktor arcképe látható nemzetiszínű háttér előtt (1. kép). A felirat végtelenül egyszerű: *Magyarország miniszterelnöke*. A plakát talán éppen egyszerűségénél és szinte már bosszantóan didaktikus voltánál fogva a variációk gyártására rendkívül alkalmasnak bizonyult. A *Magyarország miniszterelnöke* mém online változatai az eredeti kép három fő részének (Orbán Viktor fényképe, a felirat és a háttér) valamely elemét módosítják: a variációk egy része azzal a megoldással él, hogy Orbán fényképét kicseréli máséra, a feliratot pedig érintetlenül hagyja. A variánsok más része a miniszterelnök képmását és a háttérrel érintetlenül hagyva a szöveg módosításával ér el humoros-ironikus hatást. Végül van példa arra is, hogy a háttérrel, valamint a szöveget cserélik ki, míg a képmás változatlan marad.

1. kép. Magyarország miniszterelnöke (Orbán Viktor)



Forrás: egyszavak.tumblr.com

A speciális folklóralkotásokat generáló események, társadalmi, gazdasági és aktuálpolitikai hírek fontosságának felismerése vezetett a hír-paródia és a „newslore” vizsgálatának ön-állósodásához (Laineste 2003; Frank 2011). A newslore-t szóban, írásban és elektronikus csatornákon is megjelenő, különböző műfajú folklóralkotások gyűjtőfogalmának tekintjük. A newslore (hírfolklór), ahogyan az elnevezés is mutatja, a mindenkor aktuális hírekre érzékenyen reagáló társadalmi válasz, egyfajta kritika, főként humoros, folklórjellegű alkotás. A hírparódia, a „hírfolklór” értelmezéséhez elengedhetetlen annak a közegnek a leírása, amelyben az adott alkotásnak üzenete van/volt, a kontextus vizsgálatának tehát a produktumot létrehozó hír bemutatására, mint történeti előzményre okvetlenül ki kell terjednie.

A *Magyarország miniszterelnöke* mémtípusban számos olyan kép található, amelyek az orosz–magyar külkapcsolatokat tematizálják. Ennek hátterében egy pontosan lekövethető, aktuális, nemzetközi üzleti megállapodás áll. A magyar és az orosz miniszterelnök 2014 januárjában együttműködési szerződést írt alá az atomenergia békés célú felhasználásáról, ennek keretében pedig hazánkban két új atomerőmű-blokk megépítéséről. Tekintettel a beruházás hatalmas anyagi vonzatára (12 milliárd euró), melynek 80%-át 30 évre államközi devizahitel formájában Oroszország nyújtja Magyarországnak, továbbá arra a tényre, hogy a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium tíz évre titkosította a megállapodást előkészítő dokumentumokat, a 2014-es parlamenti választások egyik kampánytémája éppen a paksi atomerőmű bővítésének ügye lett. Ez a kontextus szolgál magyarázó hátterül a következő mémeknek: A mikroblogok elhelyezésére és követésére kifejlesztett internetes felületen, a Tumblr-on 2014. március 16-án posztolt kép azzal a játékos megoldással él, hogy Orbán képét kicserélte Vlagyimir Putyin, az orosz elnök arcképére, míg a felirat változatlanul Magyarország miniszterelnökét hirdeti, utalva ezzel az orosz–magyar megállapodás visszasságaira<sup>34</sup> (2. kép).

Az „Egymillióan a magyar sajtószabadságért” Facebook-közösség oldalára március 25-én került fel egy variáns, amin Orbán és Putyin összemontírozott arca látható, a felirata pedig *Vlagyimir Mutyin*. A szellemes alkotás 2845 like-ot és 1768 megosztást kapott<sup>35</sup> (3. kép).

2. és 3. kép. Magyarország miniszterelnöke (Vlagyimir Putyin); Vlagyimir Mutyin



Forrás: csattogoslepke.tumblr.com; Facebook

Szintén 2014. március 16-án posztolta a Tumblr-on a Flash&bones nevű felhasználó azt a képet, ami az eredeti választási plakátból csak Orbán arcképét hagyta meg. A nukleáris erőműveket tematizáló kép a szocialista idők gyárpanorámás propagandaplakátjait idézi (a közelmúltban nagy port kavart francia erőmű képének felhasználásával<sup>36</sup>), utalva a tervezett paksi beruházásra, mely ezáltal az erőltetett iparosítás kontextusába helyeződött. A felirat pedig a következő: *Meseország miniszterelnöke*. A kép 96 like-ot, illetve megosztást kapott<sup>37</sup> (4. kép). Ugyanebbe a gondolatkörbe tartozik az az Orbánt ábrázoló plakát, amelynek felirata a *Magyarország miniszterelnöke és Oroszország nagykövete* szöveget, valamint

34 <http://csattogoslepke.tumblr.com/post/79807609381> (letöltve: 2014. május 12.).

35 <https://www.facebook.com/sajtoszabadsagert?ref=ts&fref=ts> (letöltve: 2014. június 23.).

36 A francia energiatermelés jelentős hányadát nyújtó cattenumi erőmű bezárását környezetvédelmi okokra hivatkozva több országban is demonstrációkkal követelték 2013-ban. [http://kitekinto.hu/europa/2013/03/17/francia\\_atomerm\\_bezarasat\\_kovetelik\\_luxemburgban/](http://kitekinto.hu/europa/2013/03/17/francia_atomerm_bezarasat_kovetelik_luxemburgban/) (letöltve: 2014. június 22.).

37 <http://flashandbones.tumblr.com/post/79805725746> (letöltve: 2014. április 17.).

a magyar és az orosz nemzeti háttérszíneket váltogatja, míg a plakáton lévő kép a szöveg-váltással egyidejűleg kacsint. A kép 2014. március 16-án került fel a Tumblrra a „halvadász” nevű felhasználó oldalára.<sup>38</sup>

Egy másik mémen a miniszterelnök képe helyett egy fehér nyúl fényképe látható, minden más változatlan az eredetihez képest (5. kép). 2014. március 15-én Mesterházy Attila a politikai hagyományoknak megfelelően miniszterelnök-jelölti vitára hívta Orbán Viktort, aki nem volt hajlandó kiállni vele. A nyúlábrázolás ezek alapján érthető, Orbánra utal. Az Együtt-PM szerint Orbán gyáva nyúlként futamodott meg a szokásos miniszterelnök-jelölti vita elől. A kép az összefogás Facebook-oldalára került fel 2014. március 17-én, 2739 embernek tetszett az ezen az oldalon megosztott kép és 1504 további megosztás történt erről az oldalról.<sup>39</sup> A képhez az Együtt-PM társelnöke, Szigetvári Viktor a következő kommentet fűzte: „Orbán Viktor gyáván menekül a vita elől, pedig kormányfőként kötelessége lenne számot adni terveiről! Ráadásul hazudik, amikor azt állítja, hogy Magyarország boldog és egészséges. A kormány egy megosztott és szomorú országot hagy hátra”.<sup>40</sup>

#### 4. és 5. kép. Meseország miniszterelnöke; Magyarország miniszterelnöke (nyuszi)



Forrás: flashandbones.tumblr.com; Facebook

Több kreativitásnak enged teret az a változtatási módszer, ami a képet hagyja érintetlenül, ellenben a feliratot módosítja kisebb vagy nagyobb mértékben. Szintén ellenzéki tónusú az a kép, mely csupán egy dátummal egészíti ki a kampányplakát szövegét, minden bizonnyal a képszerűség vágyát fogalmazva ezzel meg: 2014. április 6-ig Magyarország miniszterelnöke (6. kép). A 2014. március 17-én egy közéleti blogger által a „Kötöttségek nélkül” elnevezésű Facebook-oldalon posztolt kép a következő kommentárral jelent meg: „Na, szóval ez a plakát ezzel a korrekcióval igazán korrekt J”. A kép 119 like-ot kapott és 63-an osztották meg erről az oldalról.<sup>41</sup>

Az egyik legszellemesebb kreálmány egy szóviccel él: csak két betűt módosít az eredeti plakát feliratán, mégis tökéletesen megváltoztatja ezzel az eredeti jelentést: „Magyarország a miniszterelnöké”. Az így létrejött kép üzenete ironikus, utal arra, hogy a 2010–2014 közötti

38 <http://halvadasz.tumblr.com/post/79794666751> (letöltve: 2014. április 22.).

39 <https://www.facebook.com/egyuttkorszakvaltok/photos/a.280750868709494.68168.278219632295951/520144218103490/?type=1&theater> (letöltve: 2014. április 17.).

40 <https://www.facebook.com/egyuttkorszakvaltok/photos/a.280750868709494.68168.278219632295951/520144218103490/?type=1&theater> (letöltve: 2014. június 22.).

41 <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=573626526077714&set=a.164881300285574.35644.114735465300158&type=1&theater> (letöltve: 2014. június 15.).

Orbán-kormány törekvései a rendszerváltozás óta a legszélesebb körű centralizációs változásokat eredményezték (7. kép). A képet „szarvas” nevű felhasználó tette közzé a Tumblr-oldalán.<sup>42</sup> Ugyanezt az orbáni központositást talán még élesebben fogalmazza meg egy másik kép, mely szintén a szöveget érintő szerkesztési eljárással jött létre. A miniszterelnök képe és a nemzeti háttér ugyanaz, mint az eredetiben, a szöveg azonban eltér: *Élő Isten* (8. kép).<sup>43</sup> Több, stilisztikailag eltérő változatban is létezik az *1984* című regényből (Orwell 1989 [1948]) elterjedt mindent látó és kontrolláló Nagy Testvér alakjára utaló plakát, melyen az eredeti szöveg helyett Orbán képe mellett *A Nagy testvér figyel téged* felirat olvasható (9. kép).<sup>44</sup>

6. és 7. kép. 2014. április 6-ig Magyarország miniszterelnöke; Magyarország a miniszterelnöke



Forrás: Facebook; szarvas.tumblr.com

8. és 9. kép. *Élő Isten*; *A Nagy Testvér figyel téged*



Forrás: Index

Más változatokban a plakát Orbán fényképe helyett Kádár Jánoséval (10. kép), illetve Szálasi Ferencével (11. kép)<sup>45</sup> jelent meg, ebben a kontextusban az erőmű bővítése az önkényuralmi időkre utalhat (Hegyeshalmi 2014).

Az utóbbi években a Fidesz szövetségeseként emlegetett befolyásos üzletember, Simicska Lajos fényképe is megjelent a plakáton Orbáné helyett, míg az eredeti felirat változatlan maradt. A 2014. március 17-én a Tumblron a „*Onceasoroksari*” felhasználónevű blogger által közzétett kép közel száz like-ot is kapott. Az így módosított tartalmú plakát talán a gazdasági

42 <http://szarvas.tumblr.com/image/79814367340> (letöltve: 2014. június 15.) A kép itt 159 like-ot és továbbosztást kapott.

43 [http://galeria.index.hu/tech/2014/03/17/orban\\_a\\_fonok\\_a\\_memeskutban/5](http://galeria.index.hu/tech/2014/03/17/orban_a_fonok_a_memeskutban/5) (letöltve: 2014. június 22.).

44 [http://galeria.index.hu/tech/2014/03/17/orban\\_a\\_fonok\\_a\\_memeskutban/4](http://galeria.index.hu/tech/2014/03/17/orban_a_fonok_a_memeskutban/4) (letöltve: 2014. június 22.).

45 [http://fideszfigyelo.blog.hu/2014/03/16/vegrev\\_kiderult\\_hogy\\_mi\\_a\\_fidesz\\_programja](http://fideszfigyelo.blog.hu/2014/03/16/vegrev_kiderult_hogy_mi_a_fidesz_programja), [http://galeria.index.hu/tech/2014/03/17/orban\\_a\\_fonok\\_a\\_memeskutban/3](http://galeria.index.hu/tech/2014/03/17/orban_a_fonok_a_memeskutban/3) (letöltve: 2014. június 26.).



erő politikára való erős ráhatását mutatja be ironikusan (12. kép).<sup>46</sup> Az elektronikus folklór működési mechanizmusáról is árulkodik egy másik, „Zsirparaszt” nevű felhasználó kommentje, aki a képet „Vámpírpillangó” oldaláról osztotta meg: „Nekem is ez jutott eszembe [ti. Simicskáéra kicserélni Orbán képét – D. M.], de lusta voltam, és tudtam, hogy valaki más megcsinálja helyettem”<sup>47</sup>

10. és 11. kép. Magyarország miniszterelnöke (Kádár János); Magyarország miniszterelnöke (Szálasi Ferenc)



Forrás: Index

12. és 13. kép. Magyarország miniszterelnöke (Simicska Lajos); Ez nem Magyarország miniszterelnöke



Forrás: onceasoroksari.tumblr.com; pauszkoepekdoe.tumblr.com

Bár kampányplakátról van szó, nem mindegyik variánsnak van politikai tartalma. Ezekre jellemző, hogy a direkt kampányüzenet helyett a populáris kultúra valamely jelenségére reflektálnak, fő humorforrásuk így éppen a kontextusváltás (vö. Bodoky 2006: 31). Humoros megoldás például a „Pauszkoepkoedoe” nevű felhasználó Tumblr oldaláról vett kép, amely Jimi Hendrix arcképe mellé azt írta, hogy *Ez nem Magyarország miniszterelnöke* (13. kép).<sup>48</sup> Ugyancsak nem a kampánytematikát, inkább az ifjúságot sokkal jobban foglalkoztató kapcsolatépítést, a közösségi oldalak kommunikációs stratégiáját veszik célba azok a képek, amelyek a nemzeti trikolórt és Orbán képét felhasználva a *Lányok írjatok*, illetve a *Mindenkit visszajelölök* feliratokkal játszanak (14–15. kép).<sup>49</sup>

<sup>46</sup> <http://onceasoroksari.tumblr.com/post/79810506256> (letöltve: 2014. június 20.).

<sup>47</sup> <http://vampirpillango.tumblr.com/post/79858030496> és <http://zsir.tumblr.com/post/79858879218/nekem-is-ez-jutott-eszembe-de-lusta-voltam-es> (letöltve: 2014. június 22.).

<sup>48</sup> <http://pauszkoepekdoe.tumblr.com/post/79804142656/tegyuk-tisztaba-a-gyereket> (letöltve: 2014. június 20.).

<sup>49</sup> <http://eszpee.underground.hu/post/79799390396>, <http://cvikli.tumblr.com/post/79813537226/en-bede-marton-nyomdokain-ekkel-palyaznak> (letöltve: 2014. június 22.).



Forrás: eszpee.underground.hu; cvikli.tumblr.com

Egy professzionális közéleti blogger által több mint két hónappal a választást követően közölt, a pártok kampányköltéseit vizsgáló cikk a plakát újabb variánsát használta fel (hozta létre?) írásához illusztrációként: a hátteret és a képet érintetlenül hagyta, míg a szójátékon alapuló szövegmódosítás a következő feliratot eredményezte: *A miniszterelnök Magyarországa*.<sup>50</sup> (16. kép). Ebben az esetben jól látszik, hogy az online folklórnál mennyire elmosódik a határ a hivatalos, tudatos, irányított alkotás és a spontán, „népi” folklórreakció között. Megállapíthatatlan ugyanis az, hogy a képet a blogger újságíró hozta-e létre, vagy felhasználta a 2014-es parlamenti választások egyik legtermékenyebb mémtípusának, az ún. *Magyarország miniszterelnöke* mémeknek ezen darabját írásához.

16. kép. A miniszterelnök Magyarországa



Forrás: blog.atlatszo.hu

A fentiekben tárgyalt népszerű választásiplakát-paródiákra több újságíró is felfigyelt és tett közzé az internet különböző közösségi oldalairól származó mémgyűjteményeket<sup>51</sup> 2014. március közepétől, így sok tízezer ember ismerhette meg a *Magyarország miniszterelnöke* variánsait, melyeket aztán további ezrek osztottak meg és terjesztettek tovább.<sup>52</sup>

50 <http://blog.atlatszo.hu/2014/06/az-allami-szamvevoszekhez-fordultak-a-partok-kampanykolteseit-vizsgalocivil-szervezetek/> (letöltve: 2014. június 22.).

51 A laikus netes folklórgyűjtemények folklorisztikai felhasználhatóságáról lásd pl. Domokos (2013a: 298); McNeill (2013); Kaplan (2013).

52 A *Magyarország miniszterelnöke alaposan megváltozott* című írást lásd <http://valasztas2014.hir24.hu/trollvoks/2014/03/17/magyarorszag-miniszterelnok-alaposan-megvaltozott/>. Az *Orbán a főnök a mémeskútban* című válogatást lásd: [http://index.hu/tech/mem/2014/03/17/eszak-koreai\\_csokireklam\\_foszereploje lett\\_a\\_miniszterelnok/](http://index.hu/tech/mem/2014/03/17/eszak-koreai_csokireklam_foszereploje lett_a_miniszterelnok/) A *Simicska Magyarország miniszterelnöke – ellepte a netet a plakátos mém* című írást lásd: [http://hvg.hu/velemenyt/20140317\\_Mem\\_orban\\_plakat](http://hvg.hu/velemenyt/20140317_Mem_orban_plakat), Szakács (2014); valamint a már említett Szily (2014); és Hegyeshalmi (2014).

A magyar választási eljárásról szóló törvénynek megfelelően<sup>53</sup> az április 6-án tartott országgyűlési választást követően legfeljebb 30 napig maradhattak kint a pártok plakátjai. Május végén azonban az Európai Unió tagállamaiban, így Magyarországon is európai parlamenti (EP) választást tartottak, melynek kampánya már április 5-én elkezdődött. A Fidesz a „Magyarország miniszterelnöke”-kampányplakátokat átragasztotta, így azokból az EP-választásra szánt politikai üzenet lett, ezért további hetekre kint maradhattak az utcákon<sup>54</sup> (17. kép) (G. Sz. D. 2014). A hivatalos felirat a *Magyarország miniszterelnöke* helyett a következő lett: *Üzenjünk Brüsszelnek: Tiszteletet a magyaroknak!*

Az egyik népi plakátverzióban mindent meghagytak úgy, ahogy az eredetiben volt, csak a *Tiszteletet...* szövegrészt, azaz magát a Brüsszelnek szánt üzenetet cserélték ki, egyetlen szót illesztettek a helyébe: *Csak!* A kép így az országgyűlési választások egyik kampányszlogenjére való utalássá vált (Csak a Fidesz!)<sup>55</sup> (18. kép).

17. és 18. kép. Üzenjünk Brüsszelnek: Tiszteletet a magyaroknak!; Üzenjünk Brüsszelnek: Csak!



Forrás: nyugat.hu, csattogoslepke.tumblr.com

2014. május 2-án a Tumblron tette közzé egy felhasználó azt a képet, amin a *Tiszteletet...* szövegrész helyett ez olvasható: *Küldjete meg pénzt!*<sup>56</sup> (19. kép). A plakátverzió jól megfogalmazza azt, hogy mit jelent az uniós tagság praktikusán a magyarok számára.

A *Hír24* csatorna Facebook-oldalán május 13-án tették közre azt a variánst, amely a plakát üzenetét így módosította: *Védjete meg minket Orbántól.* A kép 256 like-ot kapott és 141-en osztották meg innen.<sup>57</sup> A kép mellé elhelyezett kommentár ugyanazt fogalmazza meg, mint amit az előző variánsban láttunk: „Ja, és küldjete meg pénzt! – üzenjük Brüsszelnek”.

A Facebookon elérhető egy másik szórakoztató oldalról, a *Párockáról* való az a kép, amelynek az eredetihez képest egyetlen eleme sem maradt változtatás nélkül. Úgy tűnik azonban, hogy az *Üzenjünk... tiszteletet...* nyelvi szerkezet éppen elegendő ahhoz, hogy világosan értsük a kép üzenetét.<sup>58</sup> Az *Üzenjünk a magyaroknak: Még több tiszteletet Orbán*

53 2013. évi XXXVI. 144. § (7).

54 [http://www.nyugat.hu/tartalom/cikk/eu\\_indian\\_bajnai\\_gyikmosolyu\\_orban](http://www.nyugat.hu/tartalom/cikk/eu_indian_bajnai_gyikmosolyu_orban) (letöltve: 2014. június 19.).

55 <http://csattogoslepke.tumblr.com/post/84543119357> (letöltve: 2014. június 22.).

56 <http://pontosan-ahogy.tumblr.com/post/84523048470/az-eredeti-se-rossz-magyaristan-tumblr-com> (letöltve: 2014. június 18.) A variánst 143-an like-olták vagy osztották tovább.

57 <https://www.facebook.com/Hir24/posts/724698324247768> (letöltve: 2014. június 22.).

58 <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10152360611853467&set=a.10150201675448467.330467.85568463466&type=1> (letöltve: 2014. június 22.).

*Viktornak!* – feliratú kép háttérében a népszerű politikusnak kezét csókoló idős emberek láthatóak. A plakátparódia 283 like-ot és 243 további megosztást kapott (20. kép).

19. és 20. kép. Üzenjünk Brüsszelnek: Küldjetek még pénzt!;  
Üzenjünk a magyaroknak: Még több tiszteletet Orbán Viktornak!



Forrás: pontosan-ahogy.tumblr.com; Facebook

A *hvg.hu* Vélemény rovatában megjelent egy rövid válogatás az *Üzenjünk...* – mémekből.<sup>59</sup> A Facebookról és a Tumblrről származó gyűjtemény darabjai között az üzenet szövegének a helyén találunk rovásírásos és cirill betűs szöveget is (*Daszvidanyje!*), trágárságot (*Lófaszt a picsátokba!*), Gyurcsány Ferencre való utalást (*Keresett a Feri!*), illetve a magyaroknak szánt üzenetet is: *Message sur la Hongrie: Respect à Bruxelles! (Üzenet Magyarországnak: Tiszteletet Brüsszelnek!)*.

Megfigyelhető, hogy a mémet nem csak politikai tartalom közvetítésére használják. A kampányidőszak alatt, május 15-én egy mediterrán ciklon érte el hazánkat, mely országszerte igen erős, viharos szellőkéseket és a havi átlagos csapadékmennyiségnek megfelelő, szokatlan nagy esőt hozott. A ciklont Yvette-nek nevezték el a meteorológusok. Az internet népe gyorsan reagált a jelenségre, felhasználva a Fidesz EP-plakátját. Az így módosított képen Orbán Viktor áll viharkabátban a háborgó tenger előtt, a felirat pedig a következő: *Üzenjünk Yvette-nek: Tiszteletet a magyaroknak!* (21. kép). A „szarvas” nevű Tumblr-blogger képét az Index is felhasználta.<sup>60</sup>

A választások után a plakát, illetve a szlogen benne maradt a köztudatban, a *Tiszteletet a magyaroknak* azóta szinte már szállóigévé vált. Erről tanúskodik a közelmúltból vett alábbi variáns. 2014 júniusában az újonnan megalakult parlament elfogadta a reklámadó bevezetéséről szóló törvényjavaslatot, melynek értelmében a reklámokból származó árbevételek után a médiavállalkozások kötelesek lesznek adót fizetni. A törvényhez utólag hozzáfűztek egy módosító javaslatot is, amely szerint a reklámadó leginkább az RTL Klubot sújtja majd, legalábbis a sajtó feltételezése szerint. A törvény elfogadását követő napokban élessé vált a kormány és az RTL közötti kommunikáció hangvétele. Eerre reagált a „Csattogóslepke” nevű Tumblr-felhasználó, amikor június 13-án posztolta azt a képváltozatot, amin az eredeti felirat helyett a következő szöveg olvasható: *Az RTL Klubnak üzenjük: Levágott lófejet láttatok már?*<sup>61</sup> (22. kép)

59 [http://hvg.hu/velemeney/20140505\\_Uzenjuk\\_Brusszelnek\\_keresett\\_a\\_Feri\\_bei](http://hvg.hu/velemeney/20140505_Uzenjuk_Brusszelnek_keresett_a_Feri_bei) 2014. május 5. (letöltve: 2014. június 22.).

60 [http://index.hu/belfold/2014/05/15/yvette/uzenjuk\\_yvette-nek/](http://index.hu/belfold/2014/05/15/yvette/uzenjuk_yvette-nek/) (letöltve: 2014. június 22.).

61 A fenyegető jelentésű levágott lófej Francis Ford Coppola 1972-ben forgatott klasszikus filmjének, A keresztapának a híres lófejes jelenetére utal. <http://csattogoslepke.tumblr.com/post/88693649832> (letöltve: 2014. június 22.). A kép 67 like-ot kapott.

21. és 22. kép. Üzenjünk Yvette-nek: Tiszteletet a magyaroknak;  
Az RTL Klubnak üzenjük: Levágott lófejet láttatok már?



Forrás: Index

A dolgozat megírásakor a mémtípus széleskörűen elterjedt a hazai netes kultúrában és azon túl is, az offline valóságban. A plakát szövege proverbiumként, parafrázisai viccekként élnek. Azt egyelőre nem tudjuk megmondani, meddig lesz jelentése az *Üzenjünk Brüsszelnek...* folklórjának, azt azonban leszögezhetjük, hogy a jelenség a 2014-es európai parlamenti választáshoz köthető, nagyjából március közepétől kezdve egyelőre még élénken benne van a köztudatban. A plakátparódia formájában való üzenetküldés népszerűségét jól érzékelt a *hvg.hu*, amikor mémgenerátor-alkalmazást tett közzé a honlapján. A megadott linkre kattintva bárki könnyedén, fotosop nélkül is létrehozhatott képvariánsokat, csupán a felső és a középső üres szövegmezőt kellett kitöltenie, míg a háttér és Orbán képe változatlan maradt.<sup>62</sup> Az így létrehozott képeket aztán a generált link továbbküldésével bárki könnyedén terjeszthette.

## Összegzés

Dolgozatunkban kísérletet tettünk arra, hogy a magyar politikai közélet eseményei kapcsán megvizsgáljuk napjaink folklorisztikájának médiaaspektusait, és röpké bepillantást nyújtunk a 2014-es magyar országgyűlési és európai parlamenti választások folklórjába. Az internetfolklór egy tematikus csoportjának „in statu nascendi” követésére, feltárására és elemzésére vállalkoztunk. Bebizonyítottuk, hogy a választási folklórban továbbélnak hagyományos műfajok és kitermelődtek sajátos, az internet adottságait kihasználó folklóralkotások és folklórjellegű jelenségek, közöttük különösen hangsúlyosan a különböző mémtípusok.

Nyilvánvaló, hogy minden új módszer alkalmazása számos hibalehetőséget rejt magában, a gyűjtés esetlegességeitől kezdve az értelmezés problémáján át az archiválás és publikálás nehézségéig. Az volt az eredeti célkitűzésünk, hogy egy folklorisztikailag megalapozott és jól átgondolt kutatást folytassunk a választások idején napjaink elektronikus folklórjáról. A közhangulatban benne volt, hogy a választás végeredménye eleve borítékolt, emiatt a korábbi évek kampányaihoz képest az érdektelenség jellemezte a közhangulatot. Talán en-

<sup>62</sup> [http://hvg.hu/tudomany/20140527\\_uzenjen\\_on\\_is\\_itt\\_a\\_fidesz\\_generator](http://hvg.hu/tudomany/20140527_uzenjen_on_is_itt_a_fidesz_generator) (letöltve: 2014. június 22.). A le-töltés idején még aktív link most már nem működik, a korábban generált képek már csak abban az esetben elérhe-tők, ha az alkotójuk valamilyen módon archiválta azokat.

nek és a rövid kampányidőszaknak volt köszönhető, hogy a folklór sokkal kevésbé játszott szerepet 2014-ben, mint azt a korábbi évek alapján vártuk. Mindezek ellenére is számos szöveges és vizuális alkotást sikerült felgyűjtenünk, melyekből jelen tanulmány keretében csupán ízelítőül néhány fontosabbnak vagy érdekesebbnek tűnő jelenséget ragadtunk ki és mutattunk be. Tanulságos volt azzal szembesülnünk, hogy a kutatás tárgyát (2014-es magyar választási folklór) túlságosan is tágra határoztuk meg, a teljességre törekvő gyűjtői ambícióinkat hamar fel kellett adnunk. Jelen dolgozatban a klasszikus folklórműfajok közül csupán a kortesdal, annak is egyetlen szövegcsaládja, a Kossuth-nóta továbbélésével foglalkoztunk, illetve a kimondottan sok variánsban létező, folklórként értelmezhető mémekre, konkrétan a *Magyarország miniszterelnöke*-, valamint az *Üzenjünk Brüsszelnek*-típusokra koncentráltunk.

Az internet a politikai eseményekre adott azonnali válaszokat jól követhetővé teszi, ugyanakkor az internet gyűjtéséről számos elméleti és módszertani kérdés továbbra is nyitott. Tanulmányként fogalmaztuk meg a magunk számára, hogy nehéz előre megválasztani a gyűjtésre legmegfelelőbb internetes felületet. A pontosan meghatározott keresőkérdés szintén alapvető jelentőségű az eredményes kutatás szempontjából. A széles spektrumú (sok honlapra és műfajra figyelő) módszer nem tette lehetővé azt, hogy az egyes jelenségek kontextusát és dinamikáját mélyrehatóan elemezzük, ehhez szűkebb, sokkal lehatároltabb vizsgálati tárgyra van szükség. Számos online archívum, blog és újságcikk áttekintése után továbbra is kérdés számunkra az is, hogy a hivatalos, a félhivatalos és a népi alkotások határainak elmosódása miatt mit kezdhet a folklorista a szerzőség, illetve az adatközlő azonosíthatóságának kérdésével, a forráskritika új kihívásaival. Mindezen szempontokat a további vizsgálatok során érdemes lesz majd figyelembe venni.

## Hivatkozott irodalom

- Alekseevsky, Mikhail (2010): *Internet v Folklore ili Folklor v Internet: sovremennaya folkloristika i virtual'naya real'nost'* [Internet a folklórban vagy folklór az interneten: Modern folklorisztika és virtuális valóság]. Interneten: <http://mdalekseevsky.narod.ru/alekseevsky-congress.pdf> (letöltve: 2014. június 20.).
- Arkhipova, Alexandra (2012): Jokes about Putin and the Elections Ten Years On, or, Is There a Folklore of the 'Snow Revolution'? *Forum for Anthropology and Culture* (8): 303–336.
- Astapova, Anastasiya (2013): To What Extent Are Jokes Reactional? (Based on a Joke Cycle about Yuri Luzhkov's Dismissal). *Folklore. Electronic Journal of Folklore* 53: 7–28. Interneten: <http://folklore.ee/folklore/vol53/astapova.pdf> (letöltve: 2014. június 20.).
- Balázs Géza (2004): Választási sms-ek folklorisztikai-szövegtani vizsgálata. *Magyar Nyelvőr* 128(1): 36–53.
- Balázs Géza (2011): *Sms-nyelv és -folklór*. Budapest: Magyar Szemiotikai Társaság – Inter Nonprofit Kft. – Prae.hu.
- Bendix, Regina (1997): *In Search of Authenticity. The Formation of Folklore Studies*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Blank, Trevor, J. (2007): Examining the Transmission of Urban Legends. Making the Case for Folklore Fieldwork on the Internet. *Folklore Forum* 37(1): 15–26.
- Blank, Trevor, J. (2009a): Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet. In *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*. Trevor J. Blank (szerk.). Logan, Utah: Utah State University Press, 1–20.
- Blank, Trevor, J. (szerk.) (2009b): *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*. Logan, Utah: Utah State University Press.
- Blank, Trevor, J. (szerk.) (2012): *Folk Culture in the Digital Age. The Emergent Dynamics of Human Interaction*. Logan, Utah: Utah State University Press.

- Blank, Trevor, J. (2013): *The Last Laugh. Folk Humor, Celebrity Culture, and Mass-Mediated Disasters in the Digital Age*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Blank, Trevor, J. és Robert Glenn Howard (szerk.) (2013): *Tradition in the Twenty-First Century. Locating the Role of the Past in the Present*. Logan, Utah: Utah State University Press.
- Bódán Zsolt (é. n.): *Egy kortesdal margójára. Képviselőválasztások Gyulán 1887-88-ban*. (Megjelenés előtt, kéziratban.) Interneten: <http://users.atw.hu/bodanzsolt/PDF/Egy%20kortesdal%20margojara..pdf> (letöltve: 2014. június 20.).
- Bodoky Tamás (2006): Többet retusálunk, mint négy éve. Választási kampányplakátok az interneten. *Médiakutató* 6(2): 7–31. Interneten: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2006\\_02\\_nyar/01\\_tobbet\\_retusalunk](http://www.mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/01_tobbet_retusalunk) (letöltve: 2014. június 5.).
- Burján András (2010a): Internetes politikai kampány. *Médiakutató* 11(3): 93–103. Interneten: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2010\\_03\\_osz/08\\_internet\\_kampany/?q=kampany#kampany](http://www.mediakutato.hu/cikk/2010_03_osz/08_internet_kampany/?q=kampany#kampany) (letöltve: 2014. június 20.).
- Burján András (2010b): Internetes politikai kampány 2. *Médiakutató* 11(4): 37–50. Interneten: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2010\\_04\\_tel/03\\_internet\\_politika\\_kampany/?q=kampany#kampany](http://www.mediakutato.hu/cikk/2010_04_tel/03_internet_politika_kampany/?q=kampany#kampany) (letöltve: 2014. június 20.).
- Csörsz Rumen István (1999): Könyvek önmagunknak. Magyar kézirat-típusok a 18–19. században. In *Az olvasó – az olvasás. Irodalmi tanulmányok*. L. Simon László és Thimár Attila (szerk.). Budapest: FISZ, 75–89.
- Dányi Endre (2002): A faliújság visszaszól. Politikai kommunikáció és kampány az interneten. *Médiakutató* 3(7): 23–36. Interneten: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2002\\_02\\_nyar/02\\_faliujstag\\_visszaszol/?q=kampany#kampany](http://www.mediakutato.hu/cikk/2002_02_nyar/02_faliujstag_visszaszol/?q=kampany#kampany) (letöltve: 2014. június 24.).
- Dányi Endre (2003): Posztmodern kampánytechnikák és az ellenőrzés válsága. In *Kampánykommunikáció*. Sárközy Erika és Sleicher Nóra (szerk.). Budapest: Akadémiai Kiadó, 41–64. Interneten: [http://www.kampanyarchivum.hu/danyi\\_posztmodernkampany3.pdf](http://www.kampanyarchivum.hu/danyi_posztmodernkampany3.pdf) (letöltve: 2014. június 3.).
- Davies, Christie (2003): Jokes that Follow Mass-Mediated Disasters in a Global Electronic Age. In *Of Corpse. Death and Humor in Folklore and Popular Culture*. Peter Narváez (szerk.). Logan, Utah: Utah State University Press, 15–34. Interneten: [http://digitalcommons.usu.edu/usupress\\_pubs/52](http://digitalcommons.usu.edu/usupress_pubs/52) (letöltve: 2014. június 3.).
- Dawkins, Richard (2011 [1976]): *Az önző gén*. Budapest: Kossuth.
- Dégh Linda (1952): *A szabadságharc népköltészete*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Dégh, Linda (1994): *American Folklore and the Mass Media*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press
- Domokos Mariann (2005): Népi írásbeliség a technika korában, avagy az sms mint folklórszöveg. In *Mindenek Gyűjtemény II. Tanulmányok Küllös Imola 60. születésnapjára*. Gulyás Judit és Tóth Arnold (szerk.). Budapest: ELTE BTK Néprajz Tanszék, 289–312.
- Domokos Mariann (2007): Folklore and Mobile Communication. *Fabula* 48(1–2): 50–59.
- Domokos Mariann (2010): Éteri üzenet. Folklozműfajok az SMS-kommunikációban. In *Nemzeti művelődés – egységesülő világ*. Vincze Ferenc és Zákány Tóth Péter (szerk.) Budapest: Napkút, 190–219.
- Domokos Mariann (2013a): Az elektronikus folklór gyűjtéséről. In *Ethno-Lore. A Magyar Tudományos Akadémia Néprajzi Kutatóintézetének évkönyve*. XXX. Berta Péter, Ispán Ágota, Magyar Zoltán és Szemerkenyi Ágnes (szerk.). Budapest: Akadémiai Kiadó, 292–320.
- Domokos Mariann (2013b): Mutatvány a Magyar Népköltészeti Lexikonból. Elektronikus folklór, internet-folklór, sms-folklór. In *Ethno-Lore. A Magyar Tudományos Akadémia Néprajzi Kutatóintézetének évkönyve*. XXX. Berta Péter, Ispán Ágota, Magyar Zoltán és Szemerkenyi Ágnes (szerk.). Budapest: Akadémiai Kiadó, 384–385; 398–399; 413–414.
- Domokos Mariann (2014): Towards Methodological Issues in Electronic Folklore. *Slovenský Národopis* 62(2): 283–295.
- Duffy, Margaret, Janis Teruggi Page és Rachel Young (2012): Obama as Anti-American. Visual Folklore in Right-Wing Forwarded E-mails and Construction of Conservative Social Identity. *Journal of American Folklore* 125(496): 177–203.
- Dundes, Alan (1980): Who Are the Folk? In *uő Interpreting Folklore*. Bloomington: Indiana University Press, 1–19.
- Dundes, Alan és Carl R. (1978): *Work Hard and You Shall Be Rewarded. Urban Folklore from the Paperwork Empire*. Bloomington: Indiana University Press.
- Dundes, Alan és Carl R. Pagter (1987): *When You're Up to Your Ass in Alligators. More Urban Folklore from the Paperwork Empire*. Detroit: Wayne State University Press.
- Dundes, Alan és Carl R. Pagter (1991): *Never Try to Teach a Pig to Sing. Still More Urban Folklore from the Paperwork Empire*. Detroit: Wayne State University Press.
- Dundes, Alan és Carl R. Pagter (1996): *Sometimes the Dragon Wins. Yet More Urban Folklore from the Paperwork Empire*. Syracuse: Syracuse University Press.

- Foley, John Miles (2012): *Oral Tradition and the Internet. Pathways of the Mind*. Urbana – Chicago – Springfield: University of Illinois Press.
- Foote, Monica (2007): Userpics. Cyber Folk Art in the Early 21st Century. *Folklore Forum* 37(1): 27–38.
- Frank, Russell (2011): *Newslore. Contemporary Folklore on the Internet*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Gaal, Georg von (1822): *Märchen der Magyaren*. Wien: Druck und Verlag von J. B. Wallishauser.
- Gerő András (2004): A nemzet apja, „Isten második fia” – Kossuth és kultusza. In *uő Képzelt történelem. Fejezetek a magyar szimbolikus politika XIX–XX. századi történelméből*. Budapest: PolgArt, 53–159. Interneten: [http://www.habsburg.org.hu/files/konyvek/gero\\_andras\\_kepzelt\\_tortenelem\\_53-159.pdf](http://www.habsburg.org.hu/files/konyvek/gero_andras_kepzelt_tortenelem_53-159.pdf) (letöltve: 2014. június 3.).
- G. Sz. D. (2014): *Átragasztott orbános plakáttal kampányol a Fidesz az EP-választásokra*. Interneten: [http://index.hu/kulfold/ep/2014/05/08/keddig\\_lehettek\\_kampanyplakatok/](http://index.hu/kulfold/ep/2014/05/08/keddig_lehettek_kampanyplakatok/) (letöltve: 2014. június 22.).
- Gulyás Judit (2010): Szövegalkotási eljárások a népmese kiadás során. A „Rózsa elfelejté Ibolyát” mesetípus nagyszalai kéziratos és kiadott variánsai. In *Folklór és nyelv*. Szemerényi Ágnes (szerk.). Budapest: Akadémiai Kiadó, 313–334.
- Gunda Béla (1980): A televízió a mai magyar faluban és folklórban. In *Hiedelemrendszer és társadalmi tudat. 1.* Frank Tibor és Hoppál Mihály (szerk.). Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 315–323.
- Hegyeshalmi Richárd (2014): *Észak-koreai csokireklám főszereplője lett a miniszterelnök*. Interneten: [http://index.hu/tech/mem/2014/03/17/eszak-koreai\\_csokireklam\\_foszereploje lett\\_a\\_miniszterelnok/](http://index.hu/tech/mem/2014/03/17/eszak-koreai_csokireklam_foszereploje lett_a_miniszterelnok/) (letöltve: 2014. június 24.).
- Heyd, Theresa (2009): A Model for Describing 'New' and 'Old' Properties of CMC Genres. The Case of Digital Folklore. In *Genres in the Internet. Issues in the Theory of Genre*. Stein, Dieter-Giltrow, Janet (eds.) Amsterdam: John Benjamins Pub. Co., 239–262.
- Hong, Sounman és Daniel Nadler (2012): Which Candidates do the Public Discuss Online in an Election Campaign? The Use of Social Media by 2012 Presidential Candidates and its Impact on Candidate Salience. *Government Information Quarterly* 29(4): 455–461.
- Hoppál Mihály (1984): Szent Antal-lánc, avagy a szerencse lánclevele. *Világosság* 25(12): 769–776.
- Huntington, Heidi E. (2013): *Big Bird, Binders Full of Women & Bayonets and Horses. The Diffusion of Internet Memes in Mainstream Media Coverage of the 2012 U. S. Presidential Campaign*. (Konferencia-előadás: National Popular Culture/American Culture című konferencián, Washington, D. C.) Interneten: [https://www.academia.edu/5415704/Big\\_Bird\\_Binders\\_Full\\_of\\_Women\\_and\\_Bayonets\\_and\\_Horses\\_The\\_Diffusion\\_of\\_Internet\\_Memes\\_in\\_Mainstream\\_Media\\_Coverage\\_of\\_the\\_2012\\_U.S.\\_Presidential\\_Campaign](https://www.academia.edu/5415704/Big_Bird_Binders_Full_of_Women_and_Bayonets_and_Horses_The_Diffusion_of_Internet_Memes_in_Mainstream_Media_Coverage_of_the_2012_U.S._Presidential_Campaign) (letöltve: 2014. június 24.).
- Kaplan, Merrill (2013): Curation and Tradition on Web 2.0. In *Tradition in the Twenty-First Century. Locating the Role of the Past in the Present*. Trevor J. Blank és Robert Glenn Howard (szerk.). Logan, Utah: Utah State University Press, 123–148.
- Katona Imre (1980a): Korteszal. In *Magyar Néprajzi Lexikon* III. Budapest: Akadémiai Kiadó, 279–280.
- Katona Imre (1980b): Kossuth-nóta. In *Magyar Néprajzi Lexikon* III. Budapest: Akadémiai Kiadó, 284–285.
- Keszeg Vilmos (2008): *Alfabetizáció, írásszokások, populáris írásbeliség*. (Egyetemi jegyzet.) Kolozsvár: Kriza János Néprajzi Társaság.
- Kiss Balázs (2004): Az Internet politikatudományi diskurzusai. *Információs Társadalom* 4(1): 69–96.
- Kiss Balázs és Boda Zsolt (2005): *Politika az Interneten*. Budapest: Századvég.
- Kiss Balázs és Mihályffy Zsuzsanna és Szabó Gabriella (szerk.) (2007): *Tükörijáték. A 2006-os országgyűlési választási kampány elemzése*. Budapest: L'Harmattan.
- Krikmann, Arvo és Liisi Laineste (szerk.) (2009): *Permitted Laughter. Socialist, Post-Socialist and Never-Socialist Humour*. Tartu: ELM Scholarly Press.
- Kriston Vizi József (2006): Üjesztendő, vígságszerző, sms-ben elküldendő. *Agria* (42): 379–388.
- Küllös Imola (2012): *Közkézen, közszájon, köztudatban. Folklorisztikai tanulmányok*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Laineste, Liisi (2003): Researching Humor on the Internet. *Folklore. An Electronic Journal of Folklore* 25: 93–97. Interneten: <http://www.folklore.ee/folklore/vol25/humor.pdf> (2014. június 20.).
- Landgraf Ildikó (2014): Lajos Kossuth in Hungarian Folk Narratives. In *Heroes and Celebrities in Central and Eastern Europe*. Povedák István (szerk.). Szeged: Department of Ethnology and Cultural Anthropology, 33–45.
- Lyons, Benjamin A. (2013): *Political Memes, Social Spaces. How Partisanship and Perceptions of Network Heterogeneity Influence Corrective Intent and Views on Censorship*. Interneten: [http://www.academia.edu/6508355/Political\\_Memes\\_Social\\_Spaces\\_How\\_Partisanship\\_and\\_Perceptions\\_of\\_Network\\_Heterogeneity\\_Influence\\_Corrective\\_Intent\\_and\\_Views\\_on\\_Censorship](http://www.academia.edu/6508355/Political_Memes_Social_Spaces_How_Partisanship_and_Perceptions_of_Network_Heterogeneity_Influence_Corrective_Intent_and_Views_on_Censorship) (letöltve: 2014. június 3.).
- McNeill, Lynne S. (2009): The End of the Internet. A Folk Response to the Provision of Infinitive Choice. In *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*. Trevor J. Blank (szerk.). Logan, Utah: Utah State University Press, 80–97.



- McNeill, Lynne, S. (2013): And the Greatest of These Is Tradition. The Folklorist's Toolbox in the Twenty-First Century. In *Tradition in the Twenty-First Century. Locating the Role of the Past in the Present*. Trevor J. Blank és Robert Glenn Howard (szerk.). Logan, Utah: Utah State University Press, 174–185.
- Merkovity Norbert (2009): Barack Obama elnöki kampányának sajátosságai. *Médiakutató* 10(1): 97–106.
- Mikos Éva (2010): A folklór fogalma(i), avagy a kifejezés nehézsége. In *Folklór és nyelv*. Szemerkenyi Ágnes (szerk.). Budapest: Akadémiai Kiadó, 59–68.
- Mózer András (2009): *Kampányhirdetés-paródiák üzenete*. Interneten: [http://m.hvg.hu/velemeney/20090524\\_mozer\\_kampany](http://m.hvg.hu/velemeney/20090524_mozer_kampany) (letöltve: 2014. június 23.).
- Nagy Ilona (2005): Folklór „in statu nascendi”. Magyar választások 2002-ben. In *Mindenek gyűjtemény I. Tanulmányok Küllös Imola 60. születésnapjára*. Csörsz Rumen István (szerk.). Budapest: ELTE BTK Folklore Tanszék, 465–471. (Artes Populares 21.)
- O'Reilly, Tim (2005): What Is Web 2.0, Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *oreilly.com*. 2005. 09. 30. Interneten: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (letöltve: 2014. június 24.).
- Ortutay Gyula (1940): *Fedics Mihály mesél*. Budapest: Egyetemi Magyarságtudományi Intézet.
- Ortutay Gyula (1952): Kossuth Lajos a magyar nép hagyományaiban. *Ethnographia*, 63(1–2): 263–307.
- Orwell, George (1989 [1948]): 1984. Budapest: Európa.
- Papp-Váry Árpád (2002): HIV a politika. Vírusmarketing a választások két fordulója között. *Marketing & Menedzsment* (3): 49–54.
- Povedák István (2007): A média szerepe napjaink populáris kultúrájában. In *Változó folklór. Tanulmányok Verebélyi Kincső tiszteletére*. Ambrus Vilmos és Schwarz Gyöngyi (szerk.). Budapest: ELTE BTK Folklore Tanszék, 153–160. (Folcloristica 10.)
- Povedák István (2011): *Álhősök, hamis istenek? Hős és sztárkultusz a posztmodern korban*. Szeged: Gerhardus.
- Povedák István (2014) One From Us, One For Us. Viktor Orbán In Vernacular Culture. In *Heroes and Celebrities in Central and Eastern Europe*. Szeged: Department of Ethnology and Cultural Anthropology, 153–171.
- Preston, Michael, J. (1994): Traditional Humor from the Fax Machine. „All of a Kind.” *Western Folklore* 53(2): 147–169.
- Radchenko, Daria (2013a): 'Ishchite nas cherez Yandex'. Metodiki i problemi sbora setevava folklor. Tautosakos darbai. *Folklore Studies* (45): 116–161.
- Radchenko, Daria (2013b): Odno absolyutno schastlivoye pis'mo. K voprosu o rasprostranenii folklor v internete. *Antropologicheskoy Forum* (18): 163–187.
- Rutkoff, Aaron (2007): With 'LOLcats' Internet Fad, Anyone Can Get In on the Joke. *The Wall Street Journal*. Interneten: <http://online.wsj.com/news/articles/SB11879857326508182?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB11879857326508182.html> (letöltve: 2014. június 24.).
- Sükösd Miklós és Dányi Endre (2002): M-politika akcióban. SMS és e-mail a 2002-es magyarországi választási kampányban. In *Mobilközösség, mobilmegismerés*. Nyíri Kristóf (szerk.). Budapest: MTA Filozófiai Kutatóintézet, 273–293. Interneten: <http://www.kampanyarchivum.hu/tanulmany01.pdf> (letöltve: 2013. november 7.).
- Szabó Dániel (2007): Katonadalok és az első világháború. *Aetas* 22(1): 44–62. Interneten: <http://www.aetas.hu/2007-01/szabo.pdf> (letöltve: 2014. június 3.).
- Szabó Gabriella, Mihályffy Zsuzsanna és Kiss Balázs (szerk.) (2011): *Kritikus kampány. A 2010-es országgyűlési választási kampány elemzése*. Budapest: L'Harmattan.
- Szakács András (2014): *A mémmé válás logikája*. Interneten: [http://meltanyosság.blog.hu/2014/03/20/a\\_memme\\_valas\\_logikaja](http://meltanyosság.blog.hu/2014/03/20/a_memme_valas_logikaja) (letöltve: 2014. június 25.).
- Székely Iván (2008): Elektronikus kampánylevél-archívum. A hálózatelemzés lehetőségei. In *Academia Budapestiensis Communicationis et Negotii: Annales*. Róka Jolán (szerk.). Budapest: Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola: 307–316. Interneten: [http://www.kampanyarchivum.hu/szekely\\_halozatelemzes.pdf](http://www.kampanyarchivum.hu/szekely_halozatelemzes.pdf) (letöltve: 2014. június 22.).
- Stefány Judit (1987): „...öltözzetek fehérbe”. Felülről szervezett népi kultúra. *História* 9(5–6): 44–46.
- Szily László (2014): *Óriási ziccer volt a Magyarország miniszterelnöke plakát*. Interneten: <http://cink.hu/oriasiziccer-volt-a-magyarorszag-miniszterelnoke-pl-1545200139> (letöltve: 2014. június 22.).
- Szűts Zoltán (2012): A web 2.0 kommunikációelméleti kérdései. *Jel-kép* (1–4): 85–93. Interneten: [http://communicatio.hu/jelkep/2012/1\\_4/szuts\\_zoltan.htm](http://communicatio.hu/jelkep/2012/1_4/szuts_zoltan.htm) (letöltve: 2014. június 5.).
- Takargawa, Stephanie és Victoria Carty (2012): The 2008 U.S. Presidential Election and New Digital Technologies. Political Campaigns as Social Movements and the Significance of Collective Identity. *Tamara. Journal for Critical Organization Inquiry* 10(4): 73–89.
- Tsakona, Villy és Diana Popa (szerk.) (2011): *Studies in Political Humour*. Amsterdam & New York: John Benjamins.

- Ujváry Zoltán (1995): Kossuth Lajos a népdalokban. In uő *Miscellanea*. I. Debrecen: KLTE, 93–108.
- Vargha Katalin (2005): Nincs új a net alatt. Antiproverbiumok az interneten. In *Mindenes Gyűjtemény II. Tanulmányok Küllős Imola 60. születésnapjára*. Gulyás Judit és Tóth Arnold (szerk.). Budapest: ELTE BTK Folklore Tanszék, 371–388.
- Veszelszki Ágnes (2013): Humor a digitális kommunikációban: az internetes mémek. In *Sokszínű humor. A III. Magyar Interdiszciplináris Humorkonferencia előadásai*. Vargha Katalin, T. Litovkina Anna és Barta Zsuzsanna (szerk.). Budapest: Tinta, 11–25.

## Netfolklór – intermedialitás és terjedés

### Az e-folklór előzményei és felbukkanása a magyar kultúrában

Korunk infokommunikációs technológiai megduplázta a nyelvi létmódokat (a beszédet és az írást), vagy másként, létrejöttek ezek alternánsai (a másodlagos szóbeliség és írásbeliség), valamint kialakították a szövegek/műfajok módosult vagy átmeneti mediális változatait (intermedialitás). Mivel a nyelvi létmódok folklórhordozók, mindez értelemszerűen a folklórt (jelen esetben a netfolklórt) is érinti. E dolgozatban bemutatjuk a netfolklórt, meghatározzuk a netnyelv és netfolklór kapcsolatát, fontosabb kutatási területeit, valamint példákat hozunk a digitalizált kultúra „folklórarchívumaira”, egyes jelenségeire és azok terjedési módjaira.

A 20. század utolsó évtizedével kezdődő technokulturális, digitális vagy informatikai korszak kommunikációs technológiai létrehozta a nyelvhasználat új létmódjait, melyeket összefoglalóan számítógépes kommunikációnak, hálókommunikációnak vagy CMC-kommunikációnak (*computer-mediated communication*) neveznek. Az évezredek alatt kialakult beszéd és írás mellett kiteljesedett az ún. másodlagos szóbeliség, valamint felbukkant a másodlagos írásbeliség (további megnevezésekkel: új beszélnyelviség, írott beszélt nyelv, szimbolikus írásbeliség, virtuális írásbeliség, spontán írott nyelv, digitális írásbeliség, digilektus). A technológia és a nyelvhasználat új létmódjai a kommunikációs üzeneteknek, és értelemszerűen a folklórnak is új közeget, új terjedési lehetőséget kínálnak.

Bár az internet már létrejöttékor felvillantotta a folklórterjedés új lehetőségeit, a 2002. évi magyarországi országgyűlési választásokon váratlanul felbukkant mobilkommunikációs sms-kampány<sup>1</sup> tette nyilvánvalóvá, hogy az 1980-as évek elején elkezdett (városi) folklórkutatásoknak (melyek pl. a graffitiket és tetoválási feliratokat, majd a rendszerváltozás kapcsán az új jelszókultúrát vizsgálták) az új technológiákra is fókuszálniuk kell. Pedig a 2002-es sms-kampány technológiája, az sms, még csak gyöngye „előhangja” volt a web2-nek, amely már egyértelművé tette, hogy a közösségi élet és az ismét virulens hagyomány (illetve e tradíció átadása és átvétele) egészen új, virtuális terepet kapott. A web2 megjelenése nyomán az angol *electronicra* utaló, „e” előtaggal ellátott jelenségek – az e-kultúra, e-nyelv, e-könyv,

1 Bár egyes helyesírási tanácsadók az SMS írásformát javasolják, a magyar helyesírás rendszerébe az sms jobban illeszkedik, ezért magam a kisbetűs formát követem.

e-filológia, e-irodalom, e-retorika (vö. Balázs 2010) – minőségi változást hoztak. Ebbe a sorba tartozik az e-folklor (és az sms- vagy [inter]netfolklor).

Az említett sms-kampányt korábban „futótűz- vagy pontról pontra kommunikációként” értelmeztük (Balázs 2003), illetve az akkortájt a tömegrendezvényeken fölbukkanó, ún. sms-falak kapcsán „elektronikus graffitiről” (Balázs 2004) beszéltünk. Ezek az elnevezések már folklorjellegű működésre utalnak. Végül az új médium folklorisztikus elemeinek jelölésére az sms-folklor megnevezése terjedt el (a téma további bemutatásához és elemzéséhez lásd: Domokos 2005, 2007, 2010; összefoglalóan: Balázs 2011).

Az internetes nyelvhasználat (melyet másodlagos írásbeliségként, spontán írott nyelvként jellemezhetünk) sok tekintetben hordozója az új folklorjelenségeknek. Az utóbbi időben megélnék az új (virtuális) kultúrával, a másodlagos írásbeliséggel<sup>2</sup> és a folklor új formáival<sup>3</sup> kapcsolatos tudományos kutatások. Több nép mobilkultúráját hasonlítja össze a J. E. Katz és M. Aakhus (2002) szerkesztette alpmű. Az internetnyelv első monográfiáját David Crystal írta (2001). A szerző ebben kitér – szóbeliség és írásbeliség összevetésével – a *netspeak* (netnyelv) médiumára, a grice-i pragmatikai maximákra emlékeztetően meghatározza a netnyelv maximáit (alapelveit), programadóként elsőként írja le az e-mailek, chatelők nyelvhasználatát, a virtuális világ és a web nyelvhasználatát, valamint kitekint az internet meghatározta nyelvi jövőbe. Ezeket a jelenségeket a mobilkommunikációra összpontosítva, interdiszciplináris kitekintéssel vizsgálta a Westel Mobil Rt. (2004-től T-Mobile) és az MTA közös, *A 21. század kommunikációja* című és Nyíri Kristóf vezette társadalomtudományi kutatóprogramja filozófusok, szociológusok, politológusok, kommunikációkutatók, pszichológusok, nyelvészek bevonásával (lásd pl. német nyelvű összefoglalóját: Nyíri 2002). A kutatócsoportban nem vettek részt néprajzkutatók, kulturális antropológusok, ám megfigyeléseik jelen megközelítés számára kulturális és nyelvészeti antropológiai nézőpontból is tanulságosak. Például: a kommunikáció nem pusztán információközlés, hanem közösségi aktus, így folklorfunkciója is van, ahogy Nyíri tömör összefoglalójában aforisztikusan fogalmaz, a „mobiltelefon csúcstechnológiájú szerkezet, mely azonban őseredeti emberi kommunikációs szükségleteknek felel meg” (Nyíri 2010: 23). Az alapvető emberi szükséglet mellett több helyen hangsúlyozza a közösségi jellemzőket: „A kommunikáció, kivált a személyes kommunikáció, mindenekelőtt nem az információcsere, hanem a *közösségi összetartozás* fenntartásának eszköze” (2010: 25), illetve: „a mobilkommunikáció közösségfenntartó”, s ennek nyomán – immár a hálózattudomány szemléletére és terminológiájára is utalva – leírja a mobiltelefonos híváslisták alapján a szűkebb és tágabb online közösségi hálózatokat (2010: 81–93).

Az internetnyelv vizsgálatának első nemzetközi monográfiájával (Crystal 2001) párhuzamosan folytak már a magyar netnyelvészeti (internetnyelvészeti) kutatások is, sőt hamarosan megszületett a magyar összefoglaló (Bódi 2004; a netnyelvhez is lásd pl. Veszelszki Ágnes (é. n.) online-bibliográfiáját, valamint külön internetes folyóirat is indult, az E-nyelv Magazin, 2009–). Szaporodott a magyar anyagon végzett kutatás, amelyeknek egy része kapcsolódik a netfolklorhoz is. Például az első magyarországi interdiszciplináris összefoglalóban (Balázs és Bódi 2005) Balaskó Mária a társalgáselemzés módszerével közelít a chathez,

2 Vö. pl. Alekseevsky (é. n.) és Veszelszki (é. n.) online bibliográfiájával.

3 Pl. Kőiva és Vesik (2009); a netnográfiahoz: Janowitz (2011); a netfolklor antropológiájához lásd pl. Alekseevsky (é. n.) online bibliográfiáját.

s jut el a „csevegés etnográfájáig”. Csala Bertalan elsőik között írta le tudományosan a blog műfaját. A folklórral is érintkező nyelvi jelenségek kapcsán Veszelszki Ágnes a netnyelvi közlésformákat, ehhez kapcsolódva Dede Éva a gyerek-szülő kapcsolattartási formákat vizsgálta. A netnyelv szimbolizációs jelenségeit Bódi Zoltán, a betűik ikonikussá („metakritikus jelek”) választását Grétsy Zsombor írta le. Konkrét grammatikai alapú sms-nyelvi elemzést végzett Zimányi Árpád. Az intermedialitáshoz kapcsolódva az írásbeliség-szóbeliség és a multimedialitás-hipermedialitás változásait tárta fel Benczik Vilmos és Adámi Mária. Az első interdiszciplináris összefoglalót követően értelemszerűen megsaporodtak a magyar anyagon végzett kutatások (csak néhány, a nyelvi jelenségekre, terminológiára és módszerekre összpontosító munka: Érsök 2006; Balázs 2011; Petykó 2012; Veszelszki 2011a).<sup>4</sup>

Kutatásainkat az teszi különösen időszerűvé, hogy a nyelvben kódolt kultúra miként változik az egyes technológiák hatására, s vajon ennek milyen következménye van a kulturális világokra, például a hagyományra. Az eddigi vizsgálatok azt látszanak alátámasztani, hogy a kultúrát hordozó szövegek alkalmazkodóképesek, technológiáktól függetlenül tovább élnek, s a látható sok változás ellenére stabilak, főleg technikájukban változnak (vö. multi-, sőt hipermedialitás), ám kevés egészen új kulturális/nyelvi forma keletkezik. De az is nyilvánvaló, hogy a folklór „szinteződik”, átmeneti formák jönnek létre. Azonban még mindig kevés az arra vonatkozó tudásunk, hogy antropológiai jellemzőnk, a „folklór” átalakulásában mennyire őrzi meg eredeti sajátosságait, s hogy az e-folklór nem jelent-e valóban új minőségi változást; talán éppen a (kumulatív) kulturális evolúcióban való „megszaladást” (megugrást).

### **Jelen- és jövőkutatás, valamint a netfolklór**

A néprajztudománynak ma már természetes, hogy „korunk néprajza” is kutatási tárgya. Akadtak olyan kutatók, akik közvetlen közelükben, közlekedési eszközön, munkahelyen-iskolában, „aszfalt” (városban), sőt a „technicizált” világban is keresték a nem hivatalos, a „népi” tudást, a folklórjellemzőket. A néprajztudomány szerint a „folk” és a folklór (folklore: ’népi tudás’) tartalma, kiterjedése folyamatosan, történetileg változik. A néprajztudományban elfogadottá vált, hogy nemcsak a népnek, a parasztságnak, később a munkásságnak, hanem a társadalom minden, nem hatalmi szerepű csoportjának van „néprajza”, sajátos kultúrája, „szubkultúrája”, más megközelítésben úgy mondjuk: antropológiája. Sőt a népi kultúra, a folklór közvetítőközege nemcsak a szóbeliség, hanem az írásbeliség is lehet. Ehhez járulnak hozzá technokulturális-informatikai korszakunkban az újabb intermedialis lehetőségek.

Az intermedialis kapcsán meg kell említeni a uni-, multi- és hipermedialitás jelenségét. A különböző (egyben folklórhordozó) szövegek tipológiájában részben az új technológiák hatására Petőfi S. János és Benkes Zsuzsa (2002) jutott a legmesszebbre. Kijelenthetjük, hogy teljes unimedialis vagy monomedialis (azaz egyetlen médiumra szorítkozó) szöveg nehezen képzelhető el, hiszen például a csak írott szöveg is tartalmaz tipográfiai megoldásokat. Az új technológiák hatására – Grétsy Zsombor korábban említett felfedezése kapcsán – a diakritikus (azaz betűket módosító) jeleken túlmenő ún. metakritikus (betűket átértelmező) jeleket

---

4 Névtelen lektoraimnak itt köszönöm meg, hogy több nemzetközi és hazai adatra felhívták a figyelmemet.

is megfigyelhetünk. Gondoljunk csak például erre: @ – már egy irodalmi folyóirat tipográfiájában is: L@tó. Ugyanígy vélekedik Benczik (2006: 59) is a virtuális szöveg monomedialitását elvetve. A legtöbb szöveg komplex jel, így multimediális (több jelrendszert igénybe vevő), amennyiben verbális összetevőt nem tartalmaz, úgy multimediális kommunikátum. Petőfi S. és Benkes külön kismonográfiát írtak a statikus 'verbális elem és kép/diagram/...' típusú komplex jelekről, de felhívják a figyelmet a dinamikus multimediális szövegekre (Petőfi S. és Benkes 2002: 13–14), amelyek témánk szempontjából azért fontosak, mert a korábbi statikus mobil- és infokommunikációs üzenetek mellett egyre több a dinamikus (pl. mozgókép). A hipermédia megnevezés Michael Heimtől származik (1998: 1), a magyarországi szemiotikai szövegtanban Vass László határozta meg a hipermediális szöveget. Vass nyomán Adámi Mária kifejti: a hipermédium „egy dokumentum (vagy dokumentumcsalád) komputer alkalmazásával létrehozott nem lineáris organizációja” (Vass), vagyis „szövegek, képek, hangfájlok stb. elektronikusan kapcsolt blokkja. (...) a hipermédium egymással nem lineárisan összekapcsolt multimediális kommunikátumok halmaza” stb. (Adámi 2005: 328). Úgy véltem, hogy a netnyelv és netfolklor vizsgálatában a modern nyelvészeti, például az imént említett szemiotikai szövegtani és a folklorisztikai kutatások összekapcsolása még sok előnnyel járhat.

Az antropológiai szemlélet erőteljesen szorgalmazza a „ma kultúrájának” vizsgálatát: „A globalizáció, az információs és a fogyasztói társadalom olyan folyamatokat hoznak létre, melyek hatására a kulturális antropológiai vizsgálatok újabb és újabb lendületet nyernek” (Boglár 2005: 29–30). A (népi) kulturális változók kiváltó okai között Voigt Vilmos fontosnak tartja a migrációt, a modernizációt, az urbanizációt, a szekularizációt, a műveltségi és a kommunikációs változásokat:

A folklór szempontjából nem is annyira az újságok és a könyvek terjedése, hanem korábban a postai levelezés, majd a film, rádió, televízió megjelenése volt döntő fontosságú... Ezek gyakorlatilag éltetik, újjászervezik a folklórt.... Napjainkban a *mobiletelefon*, *számítógép*, legújabbban az *internet* változtatta meg az életvitelt és életmodelleket. Különösen a fiatalok esetében látszik ez jól. Azt viszont nem vettük eddig észre, hogy ebben az új közlésvilágban egyáltalán maradna helye a folklórnak. (...) Persze az ilyen csatornákon történő vicceselés, az innen letölthető „esti mesék” már egészen új jelenségei a folklórnak (Voigt 2003: 12–13).

Kutatásaink a múltból a jelenbe, sőt talán a jelenből a jövőbe is tartanak; nem feledve, hogy tudományunk lényeges üzenete: hogyan bukkan fel (ismétlődik) a jelenben a múlt; s bizonyos tekintetben ennek alapján jövőbeli változásokat is megjósolhatunk, ahogy azt pl. a hálózatkutató Barabási teszi azzal a könyve alcímébe foglalt jelszóval, mely szerint „a jövő kiszámítható” (Barabási 2010). Barabási (2010: 41) felidézi, hogy a „véletlenszerű mozgásra vonatkozó feltevés a tudományos kutatás minden területén felbukkan”, kíváncsiak vagyunk az eszmék és újítások terjedésére, a diffúzió működésére, s bár nem említi, de ehhez jó adalékot szolgáltathat a folklorisztika is a szellemi javak terjedési mechanizmusaiban vizsgálatával.

Az új technológiai jelenségek a tudomány számára is új lehetőségeket kínáltak: például azt, hogy a „terepmunka” anyagát nemcsak valós helyszíneken, hanem a mobilkommunikációs és hálózati eszközök (világháló) felhasználásával is össze lehet gyűjteni, ráadásul nagyon gyorsan és nagy mennyiségben lehet multimediális adattárakat létrehozni, s az új technológiák a gyűjtés mellett az elemzésre és bemutatásra is számos új lehetőséget (hang, kép, táblázat, grafikon) adnak.

A jelenségek korai művészetelméleti leírása analógiát kínál a néprajztudománynak. Az egymásba fonódó modern-posztmodern kulturális jelenségeket Ihab Hassan nyomán Kömlödi Ferenc így foglalja össze:

a kötött, zárt formákhoz ragaszkodó modernizmussal szemben, a pomo [posztmodern, B. G.] széteső, nyitott antiformákat jelent. A modern cél- és tervszerűséget a pomóban a véletlenszerűség és a játékoság váltja fel. Emitt hierarchia, amott anarchia. A hangsúly a befejezettségről magára a folyamatra helyeződik át. Alkotás, totalizáció és szintézis ellentétéként a nemalkotás, a dekonstrukció és az antitézis lesz releváns. Műfajcentrikusság helyett szintagma, olvasat helyett félreolvasat, történet helyett antitörténet, uralkodó kódok helyett egyéni nyelvhasználatok, metafizika helyett irónia és a határozottságot felváltó, a *posztmodern érzékenységnek* alapot adó határozatlanság (Kömlödi 1999: 39).

Az 1990-es évek elejétől számíthatjuk az informatikai technológiák permanens forradalmát. Felszámolódni látszik az elit- és a populáris kultúra közötti éles határ. A szélsőségesen individualizált létszférát a folyamatos médiaivalóság uralja. A média átveszi a kultúra, a művészetek és a politika szerepét. A technovilág virtuális (azon belül kommunikációs, nyelvi) létmódokat teremt. Kiteljesedik a képi (ikonikus) fordulat. Az új technológiáknak köszönhetően az emberek a folyamatos jelenben élnek. A vizualitás és a jelenlétélmény eluralkodása egyes társadalomkutatók szerint (Nyíri 2010: 23) visszatérést jelent a kommunikáció természetes, eredeti formájához, a közvetlen, személyes emberi kommunikációhoz; sőt: az „ösközösségi formákhoz”.

A folklór és a mai folklór összetett jelenség. Hagyományosan beszélnek („tisztá”, „eredeti”, „autentikus” vagy „szerves”) folklórról, majd jelzős szerkezettel mai falusi és városi folklórról (ha érdemes a különbségtéves a sok falusi jellegű város kapcsán), összekapcsolva: mai folklórról. Technológiája (létmódja) kapcsán létezik szóbeli (orális) és van írásbeli (kézzel írt vagy nyomtatott, azaz „literális” vagy alfabetikus) folklór. A folklór keletkezése, alkalmazása, „élete” kapcsán szó lehet protofolklórról, folklórról és posztfolklórról. A protofolklór kialakulásban lévő folklór, melynek egyik elméleti megalapozása talán az egyszerű formák elmélete (Jolles 1956). A posztfolklór pedig a szétesés, a kihalás stádiumát jelöli (amely átmenet is lehet új folklórformák felé).

A folklorisztika számára talán már nem kérdés, hogy egyáltalán lehetséges-e „vegyitiszta” vagy „szerves” folklór, a köztudatban azonban folyamatosan hallani „érintetlen”, „tisztá”, „autentikus” folklórformákról. Nyilvánvaló, hogy a folklór állandó kölcsönhatásban van a különféle kulturális szintekkel. Kialakulásában szerepet játszik egyfajta szinkretikus (nem differenciálódott) ősművészet (kvázi ősszművészet), melyből fokozatosan differenciálódik a folklór és a hivatásos művészet, majd pedig megjelenik a tömeg- vagy populáris kultúra (és művészet), mely részben beolvasztja a folklórt; az urbanizációval felbukkannak a folklorisztikus elemek, a mesterségesen életben tartott folklór (folklórkultusz) (a téma bővebb kifejtése Király 1983: 141–146). A különféle technikák lehetőséget adnak a folklór és a populáris kultúra találkozásának és összeolvadásának, amit előbb audiovizuális folklórnak is neveztek (Király 1983: 142), s ezt teljesíti ki korunk e- vagy netfolklór világa. A folklór variációi a médium, azaz a hordozó tekintetében is sokféleséget, intermedialitást mutatnak. Esetünkben a netfolklór először mint sajátosan írott (verbális) folklór jelenik meg, majd némi késéssel felbukkannak egyéb vizuális, sőt akusztikus formák és a statikus közlésmód mellett

a dinamikus (mozgó) kommunikátumok. Míg a viccgyűjtő és -megosztó portálok eredetileg csak statikus, és fő tendenciájukat tekintve unimediális verbális szövegeket tartalmaztak, később megjelentek a statikus, majd dinamikus képi kommunikátumok (a statikusokra egy rokon példa a később tárgyalandó ún. „hungaromém”), s ezzel multi-, sőt a kiterjesztett terminológiával hipermediálissá váltak.

A kulturális szintek közötti függőleges mozgást a folklorizmus (népiből hivatásossá válás; „népiesség”), neofolklorizmus (új népiesség) és a folklorizálódás/folklorizáció (népivé válás) terminusokkal jelöljük (Voigt 2014: 108–109). A folklorizmus másként: másodlagos vagy szervezett folklór.

Liszka József (2013: 10–11) a folklórnak a következő átmenetiségeit határozza meg: diszciplináris (népköltészet-írásbeliség, írásbeliség-szóbeliség; közte: hamis vagy ál-átmenetiségek, pl. internetes vagy kiberfolklór), szerkezeti (variálódás; egyik motívum átmegegy a másikba), stílári (ha a lejegyzők ültetik át más létformába), vertikális (történeti, időbeli), horizontális (földrajzi, nyelvi határokon átlépő). A minimálfolklór elképzelhető úgy is, mint kezdeti folklór (protfolklór), illetve más, ellentétes jelentésben, mint minimumra, jelzés-szerűre zsugorodó posztfolklór. Mindkét jelenség létezik a netfolklórban.

A kulturális szintek közötti áthatásokat, keveredéseket a tömegkommunikáció (tömeg-média) felgyorsította. A technokulturális-informatikai világ konvergens (összetartó, egy médiumban sok funkciót egyesítő) új médiája (polimédia, crossmédia, közösségi média) új tér-idő-közösség dimenzióba, leginkább a folklór világára jellemző szinkron jelenségek, az „áramlások terébe”, az „időtlen időbe” helyezi az embert. A mediális és digitális kultúra számos (átmeneti) folklórjelenséget tartalmaz.

Az elektronikus térben megjelenő folklórjelenségeket gyűjtőfogalommal e-folklórnak nevezzük. A netfolklór a technokulturális (informatikai, digitális) korszak technikai eszközein intermedialis módon (médiumváltással) megjelenő, hagyományon alapuló, változatokban terjedő, kommunikációs létmódját tekintve leginkább a másodlagos (vagy spontán) írásbeliségben terjedő folklór. A netfolklórral rokon értelmű megnevezés a kiberfolklór.

Az sms leginkább a mobilkommunikációhoz kötődik, ezért inkább az e-folklór része, folklorisztikus jelenségeit sms-folklórnak nevezzük. Ilyen technikai „alkategória” lehetett korábban a széles körben el nem terjedt stencil- vagy xeroxfolklór. A kapcsolatépítő portálokon, pl. a Facebookon a „lájkolható” (azaz tetszésjellel ellátható) tartalmakat (beállításától függően) ismerősök, mások is láthatják, ily módon is terjedhetnek szövegek, képek. Veszelszki Ágnes (2011b) ezt Facebook-folklórnak, „lájkfolklórnak” nevezi. Veszelszki és Parapatics (2014: 182) későbbi tanulmányukban a gyász új jelenségei kapcsán a lájkfolklórhoz tartozónak tartják a következő jelenségeket: „bakancslista”-összeállító felhívások (mit akar, mit kell még megtennie valakinek a halála előtt), a „haldoklók utolsó mondatai” és az „5 tanács, mielőtt meghalsz” típusú szövegek,<sup>5</sup> illetve a nyelvi divatjelenséggént folyamatosan fel- és eltűnő „Müller Péter-, Oravecz Nóra-, Popper Péter-, Paulo Coelho-, Buddha- vagy Gandhi-idézetek”, melyekről nem nehéz belátni, hogy a folklorizálódás vagy még inkább a „neofolklorizálódás” jelenségei.

---

5 Magam kissé kételkedem abban, hogy a „haldoklók utolsó mondatai”-féle összeállítások „gyász munkát” jelentenek, sokkal inkább tartom ezeket humornak, és emlékeim szerint már az e-folklór előtti időkben is felbukkantak (bár talán a halállal való perlekedés/viccelődés a gyász fogalomkörébe is besorolható).



## A netfolklór technológiai háttere

A kommunikációs üzenetek kiterjedését szolgálta korábban a fénykép, a film, a televízió terjedésével kezdődő, előbb multimediálisnak nevezett, majd a digitalizációval (digitális fénykép, film) kiteljesedő ikonikus (képi) fordulat. A jelenségegyüttest Gottfried Boehm nevezte el ikonikus fordulatnak, Mitchell képi (*pictural*) fordulatnak, Gombrich vizuális kornak, Guy Debord látványtársadalomnak (az összegzés itt Kapitány és Kapitány 2009: 15).

A netfolklór fő technológiai háttere: a tömegkommunikáció, a mobilkommunikáció és az informatikai világ (internet, adattárak) összekapcsolódása (konvergenciája), „hálózatosodása”, új személyes és közösségi kommunikációs formák létrejötte. Az internet második generációja, a web2 létrehozta a közösségi médiát (*social media*), mely olyan internetes eszközök és oldalak összessége, amelyek szöveges-képes, valamint további multimediális lehetőséget kínáló tartalmakat hordoznak (létrehoznak, módosítanak, továbbítanak), építenek a felhasználók részvételére, együttműködésére (interakciójára) és állandó (jelen idejű) kommunikációs elérhetőségére (a jellemzők összefoglalása itt: Veszelszki és Parapatics 2014: 180).

Az újabb informatikai-kommunikációs technológiákkal a kommunikációs (nyelvi) létmódok megduplázódtak: másodlagos szóbeliség, másodlagos írásbeliség. Az informatikai világ új lehetőséget teremtett a folklór számára. Minden médiumnak (kommunikációs közvetítő közegnek, eszköznek) van folklórhordozó szerepe. Az elsődleges szóbeliség „technológiája” az élőszó, az elsődleges írásbelisége a kézírás. Az elsődleges kommunikációs létmódoknak megjelentek technológiai kiterjesztései. Először az elsődleges írásnak: nyomtatás, írógép, egyéb sokszorosító eljárások, de ezek még nem jártak föltétlenül az elsődleges írásbeliség minőségi átalakulásával. Az elsődleges szóbeliség technikai kiterjesztése (telefon, hangfelvétel, hanglezár, rádió stb.) azonban létrehozott egy új minőséget, a másodlagos szóbeliséget (Ong 1982). Az informatikai világ kitermelte a másodlagos írásbeliséget, az új eszközökön használt sajátos írásbeli nyelvezetet (Ong, Kleine és Gale 1996: 80).

A nemzetközi szakirodalomban elfogadott nézet, hogy az írásbeliségnek új formája alakul ki napjainkban, s ennek sajátos, műfajtól független nyelvi jellemzői vannak. Átfogóan másodlagos írásbeliségnek nevezhetjük ezt az írásbeliséget (a magyar kutatásban elterjedt egyéb terminusait már ismertettem). Erre a jelenségre legújabban Veszelszki Ágnes (2011c: 157) bevezette a digilektus fogalmát. A digilektus új (elvonat) nyelvváltozat, a digitális média nyelvhasználati módja, amelyet a szociolektus, dialektus terminusainak mintájára alkotott meg; így írja le:

A digilektust mint sajátos nyelvváltozatot formai, pragmatikai-szövegtani, grammatikai, illetve lexikai jellemzők alapján lehet definiálni. Formai szempontból elsődlegesen a normától eltérő helyesírási alakok, a redukció (rövidítő) tendencia és az ikonikus jelleg (emotikonhasználat) emelendő ki. (...) Pragmatikai szempontból vizsgálva a digilektus szövegeit, a beszélt nyelvre jellemző, egymásba fonódó tematikus szálak, valamint a fatikus funkció kiemelt szerepe tűnik fel (Veszelszki 2011c: 157–158).

A definícióhoz folklorisztikai szempontból érdemes hozzátenni, hogy föltehetőleg a digitális folklór szövegeinek jellemzői is vizsgálhatók e szempontok szerint.

A főbb „technológiák”, alkalmazási lehetőségek folyamatosan szaporodnak: sms, e-mail, chat, MSN, Iwiw, Facebook, Twitter, Tumblr. Az új folklórformák terjedését számos terjesz-

tő technológia szolgálta: stencil, fénymásoló gép, asztali és hordozható számítógép, nyomtató, szkennel (lapolvasó), internet (web1 és web2). A „hangzó” folklór esetében említeni kell még olyan régi és újabb technológiákat, mint például: rádió, walkman (sétálómagnó), discman, MP3, okostelefon. A technológiák a konvergencia (egy eszközben sok funkció) és a „miniaturizálódás” felé mutatnak, s ez mintha párhuzamban lenne egyes folklórműfajok miniaturizálódásával.

Amint már volt róla szó, a netfolklór eleinte jobbra a pusztai írásbeliség segítségével terjedt, ám a digitalizációs technikák (hangrögzítés és fényképezés) fejlődésével és az internet terjedésével gyakoribbá váltak az ikonikus fordulatot jellemző képi, illetve a szöveget vagy verbális elemet és képet alkalmazó intermediális (multi- és hipermediális), illetve ezek további variánsai: verbális elem és statikus/dinamikus kép, sőt akusztikai megoldások. A fő irányok: verbálisból képi, statikus képből dinamikus/mozgóképi, akár azt is mondhatnánk, hogy az intermedialitás „fokozódik”: pl. égő-lobogó karácsonyi gyertyákat imitáló „mozgó” sms-üzenet; jellemző vagy tréfás gegeket tartalmazó mini képüzenet; egy részüket mémnek is nevezik. (Az efféle – folklórhordozó – szövegek/jelkomplexumok tipológiájához lásd: Petőfi S. és Benkes 2002).

Az új technológiák egyik következménye a VR, azaz a *virtual reality* (virtuális valóság, látszatvilág, minthavilág). Jellemző eszköze a 3D-s technika (kellékei: fejre erősíthető VR-sisak, adatkesztyű, valamint joystick), jellemző műfaja: a számítógépes játék, online szerepjáték, benne manipulált „hasonmásokkal”, hibrid lényekkel, ún. avatárokkal. Jean Baudrillard (2000 [1981]) erre a jelenségre vezette be a szimulákrum szakkifejezését. A szimulákrum a konstruált, szimulált valóság világa, amelyben eltűnnek a valóság és a látszat közötti határok. Nyilvánvaló, hogy ennek a virtuális világnak, a szimulákrumok világának szoros kapcsolata van a hagyományos folklór „szerepjátékaival”, képzeletbeli tájaival, lényeivel, cselekedeteivel. (Lásd még Kömlődi 1999: 249; Bernard és Withalm 2000; Csákvári 2008: 24–32; Isabella 2007).

### A netfolklór mint a technológiák következménye

A kultúraátadás lehet közvetlen és közvetett. Eredetileg a hagyományozódás közvetlen módja jellemző a népi kultúrára és (technológiák által) közvetett (közvetített) módja a hivatalos kultúrára. Az első mód a szóbeli, a második az írásbeli kultúrára jellemző. Ám a technológiák valamennyi átadást közvetítetté tesznek. Herman Bausinger felfogásában a technika és a népi kultúra között szoros kapcsolat van: „a technika a népi kultúra szubjektumává válik... [A] technika jelenségei szinte mindenütt felbukkannak a kulturális megnyilatkozásokban” (1995 [1961]: 39). A népi kultúra technikai formáit (mint civilizációs vagy tömegkulturális jelenséget) nem kell kizárni a kutatásból. Bausinger szerint a technika nem bomlasztja fel a népi közösségeket, legföljebb a megnőtt mobilitás a viszonyokat rugalmasabbá teszi, a régi szomszédsági viszonyok helyett újabb ismeretségi, érintkezési körök jönnek létre. Összességében nem látszik csökkenni a csoportélet intenzitása. Sőt: „Alkalmadtán maguk a technikai jelenségek teremtenek vagy hoznak létre új csoportokat”, valamint: „A technikai berendezések néha még a régi »közösségi formákat« is visszahozzák vagy helyreállítják” (Bausinger 1995 [1961]: 40). Dégh Linda (1994) „technikai optimista” szemmel ír az amerikai folklór és a tömegkommunikáció kapcsolatáról:

[a] mass media felszabadította a folklórt az úgynevezett alávetett osztályokba való korábbi bezártságából és a – mind pozitív, mind negatív – előítéletektől, amelyek megbélyegezték. A folklór mindenkié, nemcsak a kirekesztett, iskolázatlan tömegeké. Közös kulturális tulajdon, amely jellemzi gondolkodásmódunkat, hiedelmeinket és álmainkat, és azt a módot, ahogyan identitásunkat meghatározzuk (Déghet idézi Fosztó 1999: 300).

Cherry szerint az „egyik társadalmat a másiktól az eltérő kommunikációs technológiák különböztetik meg. Ezeknek a technológiáknak gondolkodásmód- és érzelemirányító szerepük van” (1983: 95). McLuhan a technológiák és a kultúra közötti kapcsolatot így látja:

[ha] az új technológia egy vagy több érzékünket kiterjeszti a társadalom rajtunk kívüli világába, akkor abban a kultúrában érzékeink között új arányok fognak megjelenni. Hasonló ez ahhoz, ami akkor történik, ha egy dallamhoz új hangot tesznek hozzá (2001 [1962]: 55).

Példái: a nyomtatással a szem felgyorsult és a szó elhalkult. Következtetése: „Az érzékeink különféle kiterjesztései által eredményezett érzékszervi aránymódosulások ismerete nélkül nem alkotható meg a kulturális változás elmélete” (McLuhan (2001 [1962]: 57). McLuhan nyomán írja Kömlődi:

Egy-egy médium nem más, mint egy-egy érzékszervünk, testrészünk meghosszabbítása: az autó, a 'gépmenyasszony' a lábunké, a telegráf társadalmi hormon, és így tovább. A legintelligensebb közlési eszköz, a számítógép tudatunk kiterjesztése (1999: 69).

Folytatva a hasonlatokat: az internet „kihelyezett agy”, „kihelyezett memória”.

A folklorisztikus-netfolklorisztikus szokások kapcsolatára, a folklórelemek netfolklorrá válására számos friss kutatás utal. Az intermedialitásra és a kommunikációs hordozókra összpontosító tanulmányunkban azonban érdemes felhívni a figyelmet egy új jelenségre, a halál, a gyász új (internetes) folklorisztikus formáira és annak nyelvi megnyilvánulásaira. Veszelszki és Parapatics így összegzik ezzel kapcsolatos (digitális korpuszt alapul vevő) tanulmányukat:

Az online gyászmunka jellemző megjelenési területei a következők lehetnek: emlékweboldalak, a közösségi oldalakon megosztott, a halálra emlékeztető (ál)bölcsességek, a haldoklók, halálos betegek (vagy hozzátartozók) beszámolóí, a halálhírről és a temetés helyszínéről és időpontjáról szóló közösségi oldalas híradás, az elhunytak profiloldala és ennek átalakítása személyes emlékoldallá, illetve az elhalálozottakra emlékező közösségi oldalak. Mindez összeköthető az úgynevezett technospirituális gyakorlatokkal (a közösségi oldalakon az elhunyttal való kommunikációval és a halál utáni profilmenedzseléssel) (Veszelszki és Parapatics 2014: 194–195).

Példáinkból látható, hogy a kulturális (folklorisztikai, nyelvi) változások folyamata összefügg a technikai fejlődéssel, a technikai fejlődés azonban nem tünteti el a hagyományos kulturális formákat, legfőljebb módosítja azokat, sőt az is előfordul, hogy régi formákat visszahoz vagy helyreállít. Példaként említhetjük itt a mobilkommunikációval a „bekapcsoltság és elérhetőség” „örök jelenlétéhez” (Hans Ulrich Gumbrecht kifejezésével élve: a „széles jelenhez”<sup>6</sup>) való visszatérést, vagy éppen az sms-szövegírás sok olyan momentumát, amelyek korábbi írásbeliségi hagyományok föllevenítését jelentik (pl. képirás, szótagírás, magánhangzó-kihagyásos írás, 90 fokkal elfordított írás, kiejtés szerinti írás).

6 [http://www.mohaonline.hu/eszme/hans\\_ulrich\\_gumbrecht\\_interju\\_elte\\_human\\_ertelmiseg](http://www.mohaonline.hu/eszme/hans_ulrich_gumbrecht_interju_elte_human_ertelmiseg) (letöltve: 2015. április 21.).

Összefoglalásként elmondhatjuk, hogy az e- vagy netfolklór a folklór kiterjesztését, új szerepkörökben való megjelenését valósítja meg, s erre a 20. századi média és informatika világának kutatói már előre figyelmeztettek.

### A folklórterjedés metaforái

A technológiák antropológiai, azon belül folklorisztikus következményeire McLuhan több metaforája figyelmeztet, például a „globális falu”: „a mi új elektromos társadalmunk ismét törzsbeli alapokkal látja el életünket” (2001 [1962]: 46). Martin Brouwer 1962-es tömegkommunikációs elképzelése (micéliumelmélet) a gombafonalak szövedékéhez hasonlítja a médiainformációk terjedését. Nem nehéz belátni, hogy a gombafonalak titokzatos, láthatatlan hálózata és külső inger (eső) hatására hirtelen felszínre kerülése jól modellezi a folklórjelenségeket (például a nem hivatalos információk, tematikák, pletykák hirtelen felbukkanását).

Új megközelítéssel és terminológiával kiterjesztett folklórelméletnek fogható fel a Richard Dawkins 1976-os könyvében bemutatott mémelmélet, amellyel az utánzással (másolással) gyakorolt kulturális örökítést ragadja meg:

Mémnek tekintünk ezen az alapon mindent, ami átadódik egyik személyről a másikra. Ebbe beletartozik szókincsünk minden szava, idesorolhatók az általunk ismert történetek, mindazok a fogások és szokások, amelyeket másától vettünk át, és azok a játékok, amelyeket kedvelünk (Blackmore 2001 [1999]: 32).

A felsorolásban olyan jelenségek szerepelnek még „memetikus” terjedésként, mint pl. dal, levéllánc, piramisjáték, ötlet, reklámszöveg, ruhadívat, cserépedény-készítés, boltívépítés, vagy táplálkozási, öltözködési, vallási szertartások stb. (Blackmore 2001 [1999]: 29–32). A mémszerű, memetikus terjedés annyira áthatotta az internetes világot, hogy a továbbküldött (elsősorban tréfás szöveges-képes narratívákat) internetes mémnek nevezték el. További gyakori metaforák elsősorban a humán etológiából érkeznek: utánzás, másolás, mások a fertőző betegségek terjedését idézik: internetes fertőzés, vírus, vírusszerű terjedés. Ezek azonban csak újabb és újabb metaforák, amelyek nem mondanak sokkal többet a hagyományos folklórelméleteknél (a témához lásd: Veszelszki 2013).

### A netfolklór nyelvi létmódja

Az internetes nyelvhasználattal kapcsolatos megfigyeléseink szaporodnak, tendenciák, szabályok látszanak kirajzolódni, s ezekből következtethetünk folklórjelenségekre is. Tolcsvai Nagy Gábor így látja:

A személyes és a személyesen vállalt elektronikus kommunikációban megmutatkozó változathoz általában erős alkotójelleget mutat, amennyiben új nyelvi formák létrehozását támogatja. E nyelvi világ fontos összetevői az új szóalakok, új jelentések létrehozása, a szlenges kifejezések gyakorisága, a becézések, a szövegelés (poénkodás), a nyelvi durvaság, a tömörség, az emotikon és a friss, általában angol eredetű idegen szavak magyar átírású használata. Másrészt ennek is kialakult mára a konvencionális összetevője, amely a kreativitást fékezi (Tolcsvai Nagy 2004: 201).

A szóbeliség-írásbeliség dichotóm megkülönböztetését a folklór és az új informatikai technológiák fényében feltehetően föladhathatjuk, s helyette átmenetekről, határesetekről, folyamatokról (tendenciákról) beszélhetünk. A „folklórhordozónak” tekinthető szóbeliség és írásbeliség között a személyes/magán és nyilvános/közösségi oppozíciónak bevonásával (természetesen további „keresztezéseket” feltételezve) az informatikai világ folklórhordozó csatornái a következő skála szerint helyezhetők el (1. ábra).

1. ábra. Az informatika folklórhordozó csatornái

személyes/magán					írásbeliség
szóbeliség	chat	blog	fórum	magán sms	
	faliújság	levelezőlista	„nyílt” sms	hivatalos e-mail	

### nyilvános/közösségi

Forrás: Balázs (2011: 11)

A mediális kommunikációs szövegtípusok (műfajok) skaláris megközelítését mutatja be Bader nyomán Érsok Nikoletta Ágnes (2006: 172–173). Az egyik tengely mentén mediálisan szóbeli és mediálisan írásbeli műfajok, míg a másik kereszttengely mentén a koncepcionális szóbeli és koncepcionális írásbeli műfajok helyezkednek el. Az egyes műfajokat a közelség-távolság (spontaneitás, magánjelleg-tervezettség, nyilvánosság) szerint sorolja be. Petykó Márton (2012: 49) pedig a spontán beszéd és tervezett/kötött beszéd analógiájára bevezeti a spontán írott nyelv/tervezett írott nyelv terminusait, amelyek között számos átmenet van.

A szóbeliség és az írásbeliség „széles határán” megjelenő különféle szöveghordozó közlések rövidítésekből, egyéb informatikai jelekből is fölépíthetők, s így szemiotikai értelemben különféle átmeneti kép-szöveg konstrukciók hozhatók létre. A jeltípusokban ma már szerepet szánunk a statikus (rögzített) és dinamikus (mozgó) jelek megkülönböztetésének is. A folklórhagyományból is ismerünk a közlemények továbbítására különféle grafikus (képi), írásos és egyéb szövegrövidítési eljárásokat. Éppen a különféle informatikai közlésmódok teszik lehetővé, hogy a képi jelekből az írásos jelekbe való átmenetet, ennek különféle módzatait is modelláljuk. A 2. ábra a képi/írásos és a statikus/dinamikus oppozíciói szerint ábrázolja a jeltípusokat:

2. ábra. Jeltípusok a statikus/dinamikus és a képi írásos megkülönböztetés szerint

statikus jel			írásos jel
képi jelek	grafikus jel	grafikus és szöveges jel	
	grafikus jel	grafikus és szöveges jel	szöveges jel

### dinamikus (mobil) jel

Forrás: Balázs (2011: 12)

Ezekre az egyszerű és összetett (grafikus és írásos), ráadásul uni- vagy multimediális jeltípusokra számos példát találhatunk az interneten, s ezek egy része az internetes folklór (internetes mém, hungaromém) megnevezésével is terjed (3–5. ábra).

3. ábra. Mémarcok



Forrás: BuildingMyBrand<sup>7</sup>

4. ábra. Hungaromém Columbo felügyelővel



Forrás: Hungaromém<sup>8</sup>

5. ábra. Gordon Ramsay és a pálinka, hungaromém



Forrás: Hungaromém<sup>9</sup>

<sup>7</sup> <https://buildingmbrand.wordpress.com/2012/04/23/memes-whats-its-true-purpose/>

<sup>8</sup> [http://hungaromem.blog.hu/2013/02/12/columbo\\_mindig\\_elfelejt\\_valamit](http://hungaromem.blog.hu/2013/02/12/columbo_mindig_elfelejt_valamit)

<sup>9</sup> <http://hunmeme.ingyencss.info/foto/97729928.jpg>

A honlapok közt barangolva, az adattárakban a hagyományos és modern folklór gazdag tárházát, benne valamennyi ismert műfaját, műfajvariánsát (műfaji adaptációját) megtaláljuk. A folklór „közösségi” memóriában tárolódik és kommunikáció révén terjed. Az e-folklór vagy netfolklór elektronikus adatbázisokban (adattár, a számítógépek memóriája, „elektromos agy”, „kihelyezett agy”, „kihelyezett memória”, virtuális archívum) raktározódik, és számítógépes hálózatokon át, továbbküldéssel, „megosztással” terjed. (A Facebookon a terjedést elősegíti az ún. lájkolás, avagy tetszikelés/kedvelés, vö. a már említett lájkfolklórral: Veszelszki 2011b.) Az adattárak tartalma hatalmas mértékben nő. A „kihelyezett memóriába” a felhasználók teszik be, ott tárolják, majd onnan hívják (töltik) le az időszerű információkat, tartalmakat (például folklór- vagy folklórjellegű termékeket), és azokat a világháló segítségével bizonyos csoportoknak, köröknek elküldik. A terjesztés módja többféle: egyedi küldés (perszonalizálás), különféle módon szerveződött-szervezett csoportoknak való célzott továbbítás (pl. „listára küldés”), szélesebb (nem csak célzott) közönséggel való „megosztás”. A jelenség bizonyos fokig hasonlít a középkori eredetű, majd az írásbeliség terjedésével kéziratos, gépiratos, stencilezett, fénymásolt formában, a további terjesztés szándékával küldött „Szent Antal-lánclevélhez”, amelynek mai formái a különféle szerencsehozó körüzenetek. (A lánclevél történetét még az informatikai korszak előtt földolgozta Hoppál [1984].) A levélszemét vagy spam (kéretlen levél) terjedési módja ugyancsak hasonlít a folklóréhoz: rendszerint automatikusan generálódik, kommunikációs zajt kelt, eredete olykor földeríthetetlen, tematikája modern „mitológiákhoz” kapcsolódik (óriási nyereség, nigériai „uralkodó” pénzt kér kölcsön, elveszett/keresett emberek, gyors gyógyulás, pénisznagyobbítás, valamint „kiabáló”, csupa nagybetűs felhívások. VIAGRA, AIDS, SEX stb.). A hagyományos folklórnak is lehet ehhez hasonló „idegesítő” vonatkozása: az örökös viccmesélő, a „fárasztó” anekdotaismételtető, a csodaváró stb.

Az internet, illetve összekapcsolt adatbázisai a netfolklór tárházai: a modern emlékeztetipar gyárjai, raktárjai. Ezek az adatbázisok állandó kapcsolatban vannak a folklór hagyományos hordozóival: a szóbeli és az írásbeli emlékezettel. Az elektronikus adatbázisok ugyanis folyamatosan gazdagodnak, „töltődnek” a szóbeliségből és az írásbeliségből, s bár ellentétes folyamatról, törlésről, törlődésről nem tudunk (az internet elvileg kizárja ezt a lehetőséget, hiszen valami, valahol mindig megvan), a nem használat, a nem alkalmazás (nem keresés) elvileg azt mutatja, hogy egy adott információ, folklórtermék nincs forgalomban, vagyis mégiscsak kikerül a fősodorból, elfelejtődik.

Az eddigiekből talán nyilvánvaló, hogy a „kihelyezett memóriaként” működő elektronikus adatbázisok a folklór csaknem korlátlan megőrződését és megsokszorozódását eredményezik. Ám annak ellenére, hogy az adatbázisok folyamatosan nőnek, feltételezhető, hogy marad digitalizálatlan hagyomány is. Az is megfigyelhető, hogy a meglévő digitalizált anyag sokszor holt anyag; nem keresik (ez tehát „elfekvő”, nem aktív, esetleg kihalt folklór). Sőt az is látszik, hogy az óriási technikai lehetőségek és változások ellenére változatlanul élnek a folklórjelenségek. Legfeljebb az alternánsok és a variánsok száma nő és az elérhetőség válik könnyebbé. Úgy tűnik, mintha az embernek, az emberiségnek ősidők óta nagyon hasonló minőségű és mennyiségű folklórra (folklórjellegű termékre) lenne szüksége. Az új technológiák inkább csak a régiék helyére lépnek, de ugyanazokat a kognitív, szociális, kulturális, pszichikai stb. funkciókat látják el. Az új technológiák alaposan „belenyúlhatnak” az évezredek,

megváltoztathatatlanak tűnő alapvető kulturális jelenségekbe (előbeszéd, írás; másodlagos szóbeliség, írásbeliség; folklór; folklórhordozók), de nem számolják fel az emberiség alapvető közösségi szükségleteit. A folklórral élés szükséglete (egyelőre!) örök.

## Hivatkozott irodalom

- Adámi Mária (2005): Multimediális és hipermediális szövegek. In *Az internetkorszak kommunikációja*. Balázs Géza és Bódi Zoltán (szerk.). Budapest: Gondolat – Infónia, 321–334.
- Alekseevsky, Mikhail (é. n.): *The Anthropology of Internet/Studies on Internet Folklore*. (Bibliográfia.) Interneten: <http://mdalekseevsky.narod.ru/biblio-internet.html>.
- Balázs Géza (1999): Kommunikációs létformák és átcapások. *Magyar Nyelv* 95(2): 138–154. Interneten: <http://epa.oszk.hu/00000/00032/00001/balazs.htm>. (Valamint ugyanezen a címen, de kissé átdolgozva: *Írás, írott kultúra, folklór*. Keszeg Vilmos [szerk.]. Kolozsvár: Kriza János Néprajzi Társaság Évkönyve 7, 310–331, 1999.)
- Balázs Géza (2003): „Minden házfalat cseréljétek sms-falra!” Sms-fal mint elektronikus graffiti. *Magyar Nyelvőr* 127(2): 144–159. Interneten: <http://epa.oszk.hu/00100/00188/00030/pdf/127202.pdf>.
- Balázs Géza (2004): Választási sms-ek folklorisztikai-szövegtani vizsgálata. *Magyar Nyelvőr* 128(1): 36–53. Interneten: <http://epa.oszk.hu/00100/00188/00033/pdf/128104.pdf>.
- Balázs Géza (2010): E-retorika. In *Retorikai lexikon*. Adamik Tamás (szerk.). Pozsony: Kalligram, 342–348.
- Balázs Géza (2011): *Sms-nyelv és -folklór*. Budapest: Magyar Szemiotikai Társaság – Inter Kft. – PRAE.HU.
- Balázs Géza (szerk.) (2002): *Informatikai technológia és nyelvhasználat*. Budapest: Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma.
- Balázs Géza és Bódi Zoltán (szerk.) (2005): *Az internetkorszak kommunikációja*. Budapest: Gondolat – Infónia.
- Barabási Albert-László (2010): *Villanások. A jövő kiszámítható*. Budapest: Nyitott Könyvműhely.
- Baudillard, Jean (2000 [1981]): *Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan. [Magyarul részlet: A szimulákrum elsőbbsége. In *Testes könyv*. Kiss Attila Atilla, Kovács Sándor és Odorics Ferenc (szerk.). Szeged: Ictus, 1996, 161–193. Interneten: <http://syrena.elte.hu/irodalomtudomany/baudrillard.doc>.]
- Bausinger, Hermann (1995 [1961]): *Népi kultúra a technika korszakában*. Budapest: Osiris – Századvég.
- Blackmore, Susan (2001 [1999]): *A mémgépezet. Kulturális gének – a mémek*. Budapest: Magyar Könyvklub.
- Benczik Vilmos (2006) *Jel, hang, írás. Adalékok a nyelv medialitásának kérdéséhez*. Budapest: Trezor.
- Bernard, Jeff és Gloria Withalm (szerk.) (2000): *Mythen, Riten, Simulakra. Semiotische Perspektiven/Myths, Rites, Simulacra. Semiotic Viewpoints*. I–II. Wien: ÖGS.
- Bódi Zoltán (2004): *A világháló nyelve. Internetező és internetes nyelvhasználat a magyar társadalomban*. Budapest: Gondolat.
- Boglár Lajos (et al.) (2005): *A tükör két oldala. Bevezetés a kulturális antropológiába*. Budapest: Nyitott Könyvműhely.
- Brouwer, Martin (1962): Mass Communication and the Social Sciences. Some Neglected Areas. *International Social Science Journal* 14(2): 303–319.
- Cherry, Edward Colin (1983): A kommunikációs robbanás. In *Jelképek – kommunikáció – társadalmi gyakorlat. Válogatott tanulmányok a szimbolikus antropológia köréből*. Hoppál Mihály és Niedermüller Péter (szerk.). Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 95–110.
- Crystal, David (2001): *Language and Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Csákvári József (2008): Avatarkultúra. A digitális identitás természete és jelentősége. *Jel-Kép* (2): 21–34.
- Dégh, Linda (1994): *American Folklore and the Mass Media*. Bloomington: Indiana University.
- Domokos Mariann (2005): Népi írásbeliség a technika korában, avagy az sms mint folklórszöveg. In *Mindenes Gyűjtemény II*. Gulyás Judit és Tóth Arnold (szerk.). Budapest: ELTE Folklore Tanszék, 289–312.
- Domokos Mariann (2007): Folklore and Mobile Communication. SMS and Folklore Text Research. *Folklore. Fabula* 48(1–2): 50–59.
- Domokos Mariann (2010): Éteri üzenet. Folklórműfajok az SMS-kommunikációban. In *Nemzeti művelődés – egységesülő világ*. Szegedy-Maszák Mihály és Zákány Tóth Péter és Vincze Ferenc (szerk.). Budapest: Napkút, 190–219.
- E-Nyelv Magazin* (2009–). Interneten: [www.e-nyelvmagazin.hu](http://www.e-nyelvmagazin.hu).
- Érsök Nikolett Ágnes (2003): Írva csevegés – virtuális írásbeliség. *Magyar Nyelvőr* 127(1): 99–104. Interneten: <http://epa.oszk.hu/00100/00188/00029/pdf/127111.pdf>.



- Érsök Nikolett Ágnes (2006): Szóbeliség és/vagy írásbeliség. *Magyar Nyelvőr* 130(2): 165–175. Interneten: <http://epa.oszk.hu/00100/00188/00043/pdf/130202.pdf>.
- Fosztó László (1999): Nyomtatott folklór. Mass media és a népi kultúra. In *Írás, írott kultúra, folklór*. Keszeg Vilmos (szerk.). Kolozsvár: Kriza János Néprajzi Társaság Évkönyve, 7, 300–309.
- Heim, Michael (1998): *Virtual Reality and the Tea Ceremony*. Princeton: Princeton Architectural Press.
- Hoppál Mihály (1984): Szent Antal-lánc avagy a szerencse lánclevele. *Világosság* 25(12): 769–776.
- Isabella, Simona (2007): Ethnography of Online Role-playing Games. The Role of Virtual and Real Contest in the Construction of the Field. *Forum. Qualitative Social Research* 8(3). Art. 36. Interneten: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/280/615> (letöltve: 2015. április 22.).
- Janowitz, Klaus M. (2011): *Netnographie. Ethnographische Methoden im Internet und posttraditionale Vergemeinschaftungen*. 12. (Konferencia-előadás: Tagung der Deutschen ISKO – International Society for Knowledge Organization, Wissensorganisation, Bonn, 2009. október 19–21.)
- Jolles, André (1956): *Einfache Formen*. Halle: Saale.
- Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor (2009): Ikonikus fordulat vagy valami más? In *Ikonikus fordulat a kultúrában*. Balázs Géza és H. Varga Gyula (szerk.). Eger – Budapest: Magyar Szemiotikai Társaság – Liceum, 15–37.
- Katz, James E. és Mark Aakhus (szerk.) (2002): *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Köiva, Mare és Liisa Vesik (2009): Contemporary Folklore, Internet and Communities at the Beginning of the 21st Century. *Media & Folklore*. Tartu: ELM Scholarly Press, 97–117.
- Király Jenő (1983): *Mozifolklór és kameratöltőtoll. A populáris filmkultúra elméletéhez*. Budapest: Magyar Filmtudományi Intézet és Filmarchívum.
- Kömlödi Ferenc (1999): *Fénykatedrális. Technokultúra 2001*. Budapest: Kávé.
- Liszka József (2013): *Átmenetek. Folklór és nem-folklór határán*. Komárom: Selye János Egyetem Tanárképző Kara.
- McLuhan, Marshall (2001 [1962]): *A Gutenberg-galaxis. A tipográfiai ember létrejötté*. Budapest: Trezor Kiadó.
- Nyíri, Kristóf (szerk.) (2002): *Allzeit zuhänden. Gemeinschaft und Erkenntnis im Mobilzeitalter*. Wien: Passagen Verlag.
- Nyíri Kristóf (összeállította) (2010): *Mobilvilág. A kapcsolat és közösség új élményei*. Budapest: Magyar Telekom.
- Ong, Walter J. (1982): *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*. London – New York: Methuen.
- Ong, Walter J., Michael Kleine és Fredric G. Gale (1996): The Elusive Presence of the World. An Interview with Walter Ong. *Composition FORUM* (7): 65–86.
- Petőfi S. János és Benkes Zsuzsa (2002): *A multimediális szövegek megközelítései*. Pécs: Iskolakultúra. Interneten: <http://www.iskolakultura.hu/ikultura-folyoirat/documents/books/A%20multimedi%Elis%20sz%F6vegek%20megk%F6zel%EDt%E9sei.pdf>.
- Petykó Márton (2012): Az írott beszélt nyelvtől a spontán írott nyelv felé. In *A sokszínű alkalmazott nyelvészet*. Hattyár Helga, Hugyecz Enikő Henriett, Krepsz Valéria és Vladár Zsuzsa (szerk.). Budapest: Tinta, 44–52.
- Tolcsvai Nagy Gábor (2004): A hálózat nyelve. In *uő Nyelv, érték, közösség*. Budapest: Gondolat, 188–205.
- Veszelszki Ágnes (é. n.): *Digilektus és internetkommunikáció (csetelés, sms, Facebook...)*. (Bibliográfia.) Interneten: <http://www.veszelszki.hu/digilektus.html>.
- Veszelszki Ágnes (2011a): *Az infokommunikációs technológia hatása a nyelvre*. (PhD-értekezés. Budapest: ELTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskola.)
- Veszelszki Ágnes (2011b): Lájkolom! A Facebook-folklórról. In *Klárisok. Tanulmánykötet Korompay Klára tiszteletére*. Csiszár Gábor és Darvas Anikó (szerk.). Budapest: ELTE Magyar Nyelvtörténeti, Szociolingvisztikai, Dialektológiai Tanszék, 379–390.
- Veszelszki Ágnes (2011c) Neologizmusok a digilektusban, különös tekintettel a szóképzésre. In *Tegnap filológiánk mai szemmel*. Bárdosi Vilmos (szerk.). Budapest: Tinta, 157–166.
- Veszelszki Ágnes (2013): Promiscuity of Images. Memes from an English-Hungarian Contrastive Perspective. In *How To Do Things With Pictures. Skill, Practice, Performance*. Benedek András és Nyíri Kristóf (szerk.). Frankfurt: Peter Lang, 115–127.
- Veszelszki Ágnes és Parapatics Andrea (2014): A részvételtől a részvégtig. A halál megjelenése és gyászunk a közösségi oldalakon. *Magyar Nyelvőr* 138(2): 179–198. Interneten: [http://epa.oszk.hu/00100/00188/00075/pdf/EPA00188\\_magyar\\_nyelvor\\_2014\\_02\\_179-198.pdf](http://epa.oszk.hu/00100/00188/00075/pdf/EPA00188_magyar_nyelvor_2014_02_179-198.pdf).
- Voigt Vilmos (2003): A mai folklór történeti korszakai. In *Napjaink folklórja – Folclorul azi*. Zsigmond Győző (szerk.). Budapest – Bukarest: A Magyar Köztársaság Kulturális Központja, Centrul Cultural al Republicii Ungare, 9–16.
- Voigt Vilmos (2014): *A folklorisztika alapfogalmai*. Budapest: Argumentum, Equinter.

## A tartalomból

### *Áldozatnarratívák*

Balogh László Levente:

A magyar nemzeti áldozatnarratíva változásai

K. Horváth Zsolt:

Betegségek, pszichopatológiák és időstruktúrák. Emlékezet és jövő a Nagy Háború után:  
Halbwachs és Minkowski elfelejtett könyvei

Kovács Éva:

Trianon, avagy „traumatikus fordulat” a magyar történetírásban

Séllei Noémi:

A nő test mint áldozat – Polcz Alaine: Asszony a fronton

Eelco Runia:

Jelenlét

Melegh Attila – Őri Péter:

Interjú Faragó Tamással

### ***A Korall Szerkesztőség elérhetőségei:***

*terjesztes@korall.org, korall@korall.org, www.korall.org*

*1113 Budapest, Valkói u. 9.*

*A 2015-ös évfolyamra várjuk az előfizetéseket. Kérjük, jelezze szándékát a Szerkesztőségnek, és valamennyi idejű számunkat postázzuk Önnek. Az éves előfizetés ára: 4500 Ft, egy szám ára 1250 Ft.*

### **A KORALL Szerkesztőségének 2015. évi tematikus számai:**

59. Áldozatnarratívák

60. Női szerepek

61. Vállalattörténet

62. Nemzeti tudomány

## Népi kultúra a világhálón Használat, kontextus, funkció

A korszak – mondja Keszeg Vilmos – olyan intézmény, mely meghatározza az életszervezési szabályokat, kapcsolattartási stratégiákat, az egyén, a csoport és a társadalom mentalitását.<sup>1</sup> Minden korszaknak sajátos fiziológiája, jellegzetes anyagcseréje, sajátos tempója van. A korszakra jellemző tematikai, ideológiai, retorikai, kommunikációs specifikumok beáramlását a szövegekbe az irodalomtörténet a korszak retorikája névvel nevezte meg (Keszeg 2011: 36–37). Egy korszakra jellemző narratív sémák, produktív természetű modellek generatív transzformációs rendszerek (Keszeg 2011: 38).

McLuhan és követői a kommunikációs technológiák történetében négy nagy korszakot különítettek el. Ezek az elsődleges szóbeliség, az írásbeliség, a könyvnyomtatás és az első-sorban a tévé körül szerveződött tömegmédia által meghatározott másodlagos szóbeliség (McLuhan 1964). Szűts Zoltán szerint a világháló és az internet gyors ütemű fejlődésével és az augmentált valóság kommunikációba való beépülésével azonban lassan egy újabb szakaszba lépünk, a tapintás korszakába, mely azonban igyekszik az előbbi hármat is magába olvasztani, ezáltal létrejön a hallás-látás-tapintás nagy intenzitású együttműködése (Szűts 2013: 203). Ebben a környezetben fokozatosan átalakul, átszerveződik az információról, az információátvitelről és az információszerzésről, -követítésről (vagy ha úgy tetszik, a tudásról és tudásszerzésről) kialakult elképzelésünk. Megváltoznak a rögzítés, tárolás és előhívás habitusai és rítusai, s mindez a helyi kultúra, a néphagyomány (újra)termelése, megőrzése és fogyasztása, a lokális örökség és identitás megkonstruálása és kommunikálása terén is horizont- és szemléletváltozásokat eredményez.

Egy-egy régió hagyományos kultúrája (népi kultúrája, kulturális öröksége) egyre gyakrabban az interneten, kistérségi társulatok és egyesületek, turisztikai irodák, helyi önkormányzatok, kulturális intézmények vagy kutatóközpontok honlapjain, fájlmegosztó oldalak, blogok és fórumok felületén köszön vissza, lokalizálódik. Egyszóval az internet válik a hagyományos kultúra (és a kulturális örökség) újabb hordozójává és közterévé.

1 A tanulmány véglegesítése idején az MTA Bolyai János Kutatási Ösztöndíjában részesültem.

Ez a közegeváltozás, -váltás ugyanakkor számos kérdés újra- és/vagy átfogalmazását, újabb hipotézisek és értelmezési/elemzési kiindulópontok és keretek felvetését teszi szükségessé, melyek egyaránt kitérnek a megváltozott környezet természetére, valamint a néphagyományról így létrejött textusokhoz és reprezentációkhoz kapcsolódó használati habitusok, létrehozói intenciók és jelentéstermelői mechanizmusok kérdésére. Ugyanakkor szükséges teszik az újfajta rutinok (keresés, visszakeresés, mentés, továbbítás, lájkolás stb.) leírását és elemzését is.

Alapvetően az a kérdés tehát, hogyan leszünk képesek (népi) kultúránk digitalizálására és ezzel történő átmentésére (lásd Szűts 2013: 11)? Milyen örökség- és hagyományápoló politikák látszanak kirajzolódni az új médiában? Hogyan jelenik meg a népi kultúra és a lokális örökség az interneten? A tanulmány a fent jelzett kérdéseket próbálja körüljárni úgy, hogy nyíltan vállalja kísérletjellegét. Elsősorban nem a médium és nem a technológia, hanem a technológiát használó ember és társadalom érdekel. A helyi internethasználat kultúrája helyett itt a helyi (népi) kultúra internetes használata kerül elemzésre, az, ahogyan az internetet felhasználjuk „a népi kultúra jelenünkbe való beépítésére” (Bíró 1987: 26).

### Bevezetés: Népi kultúra és (nép)hagyomány

A néprajztudomány kialakulását követően magabiztosan vont a kutatási területének határait. Kutatása tárgyát a parasztságra korlátozott *népi kultúra* vizsgálatában látta.<sup>2</sup> A helyzetet bonyolítja, hogy ez a fajta körülhatárolás nemcsak társadalmi, de időbeli síkon is érvényesült: a kutatás az ősi, a múltra koncentrált,<sup>3</sup> a népi kultúra kortárs jelenségei szintén kívül estek a kutatások keretén. Az 1960-as évektől kezdődően azonban egyre gyakrabban válik problémássá ez a paradigma. A kutatók egyrészt arra kérdeznak rá, hogy *ki a nép?* Alen Dundes ugyanis már 1965-ben úgy érvel, hogy népnek nevezhető bármelyik embercsoport, amely legalább egy közös összekötő tényezővel rendelkezik (Dundes 1956: 2). Vagyis számos olyan csoportot (a gyári munkásoktól kezdve egészen az internetfelhasználókig) illethetünk ezzel a terminussal, amelyeket szintén bevonhatók a néprajzi kutatásokba. Másrészt az is újraértékelődik, hogy mi az a népi tudás (*folklore*) és hagyomány (*traditio*), amely a kutatás tárgyát kell(ene), hogy képezze. Alfred Schütz ugyan már az 1930-as években a *mindennapi életet* állította érdeklődése középpontjába (Niedermüller 1981: 19), de a kutatás még hosszú ideig az ünnepnapok kutatását részesítette előnyben. Hoppál Mihály mutat rá arra, hogy

---

2 A néprajztudományt mind a mai napig egyfajta terminológiai ingatlanság jellemzi. A fent jelzett mellett a *parasztkultúra* és a *populáris kultúra* terminusok is használatban vannak. Az előbbi Hofer Tamás szerint a népi kultúra egy „szabatosabb, szorosabban körülhatárolt változata” (Hofer 1994: 233), ezzel szemben a populáris kultúra terminus szemléletbeli különbséget jelez. A kutatók mentális térképén a populáris oldalon a kultúra szintjei között húzódnak szilárd határok, a népi kultúrák esetében pedig a különböző embercsoportok, etnikumok határa szilárd (Hofer 1994: 240). Közös viszont bennük, hogy mindkét fogalom „a kultúra »magas«, »tanult« szintjével szemben határozza meg, mit tekint »népi«, »populáris«, »nem elit« kultúrának” (Hofer 1994: 134). A két fogalom dichotómiájának részletes elemzése során Hofer arra a következtetésre jut, hogy „a tudományok közötti és a fordítások révén a nyelvek közötti terminusáramlás is egyre jobban felgyorsul, nem egy esetben az eredeti jelentések kisebb-nagyobb módosulásával”. Így „az angol–francia hagyományban kidolgozott *populáris kultúra* fogalom jelentéstartományának jó része valahogy [...] betagozódik a mi *paraszti kultúra*, *népi kultúra* fogalmunkba, mintegy a színpad mögött hozzájárul azok modernizálásához” (1994: 246–247).

3 Ezzel kapcsolatban Voigt Vilmos írja: „Igen jellemző a magyarországi hagyományfelfogásra az ábrándos »őskeresés« máig szakadatlan megmaradása is” (2007: 11).

még az 1970-es években is a magyar folklorisztika egyik jeles képviselője, Voigt Vilmos annak ellenére, hogy „kiemeli [...] a folklór közösségi jellegét, de elsősorban mégis művészi jellegzetességeit, »a folklór esztétikáját« tartja kutatásra érdemesnek” (Hoppál 1982: 330).

Keszeg Vilmos pedig a romániai magyar néprajzkutatás eredményeinek összefoglalása kapcsán állapítja meg, hogy

a romániai magyar néprajzkutatás a népi kultúrát sajátos szelekció alapján tette kutatás tárgyává. Azok a kritériumok, amelyek alapján ez a szelekció működött, a következők: *ősi* (szemben a közismert maival), *paraszi*, *falusi* (szemben a városival, hivatalossal), *esztétikus* (szemben az esztétikai minőséget alig tartalmazóval), *ünnepi*, *látványos* (szemben a mindennapival), *szóbeli* (szemben az írásbelivel, a rögzítettel), *szöveg- és műfajközpontú* (szemben a mindennapi kommunikáció lazább műfaji normákhoz alkalmazkodó beszédszokásaival), *nemzeti* (szemben az etnikai sajátosságokkal nem rendelkezővel) (Keszeg 1995: 110).<sup>4</sup>

Néhány nyugati szerző úgy érvel, hogy napjainkban egyre inkább a „helyi” válik az új népi kultúrává (Storey 2003: 116; Noyes 2009: 245). A népi kultúra (vagy hagyományos kultúra) nemcsak abban az értelemben helyi, hogy helyben született – azaz hosszú ideje beágyazódott a helyi társadalom mindennapjaiba –, de abban is, hogy mindig helyben kerül használatra. Ma tehát a helyi társadalomban számos olyan kulturális elem van használatban, mely a helyi társadalomban átvételnek számít, de ebben az összefüggésben a helyi kultúrának a részét képezi.

Ehhez hasonló nehézségekkel küszködünk a *hagyomány* jelentése esetében is, melyet a tudományos és a hétköznapi használatban egyaránt az ellentmondásosság jellemez. Dorothy Noyes szerint a hagyomány elsősorban mint kommunikáció (lásd átadás-átvétel), ideológia és tulajdon értelmezhető (2009: 234). A hagyomány Edward Shils értelmezésében *traditum*, vagyis minden, amit a múlt a jelennek átad (Shils 1981: 12). E szemlélet szerint a hagyománynak elsősorban tudásmegőrző, tudásátmentő feladata van.

Odo Marquard a hagyományt megszokásaink nélkülözhetetlenségéről írt esszéjében a *történelem primer jelenvalóságaként* írja le, ami nem más, mint „a megszokások összessége”, az a valami, ami – Herman Lübbe szavaival élve – „nem bebizonyított helyessége okán érvényes, hanem mert lehetetlen meglenünk nélküle” (lásd Marquard 2001: 188–189). Ez a definíció az élet teljességére – ha úgy tetszik, a mindennapokra – utal. Nem csupán a jeles napokhoz, ünnepekhez kapcsolódó cselekvések, gesztusok, tárgyak és szövegek összessége, hanem túl ezen hagyománynak minősül minden, ami emberi, ami az életet élhetővé teszi.

Kolozsváron 2012 decemberében Keszeg Vilmos *Kié a hagyomány? Mire szolgál? A hagyomány: kultúra, használók és forgalmazók között*<sup>5</sup> címmel szervezett nemzetközi tanácskozást. A konferenciafelhívásban Keszeg Vilmos úgy fogalmaz, hogy a 20. században Európában a hagyomány értelmezése terén három paradigma követte egymást. Az első a kulturális kontextus felől közelített (tipológia, elterjedtség, morfológia, struktúra, funkció és a hagyomány történeti megközelítése), a második a hagyományt szociológiai aspektusból értelmezte, a hagyomány alkalmazásának eszközére, a hagyománnyal szembeni attitűdökre figyelt, míg a harmadik a kultúra patrimonizálása, mely napjainkban kialakuló, a hagyomány menedzsmentjére alapozó paradigmaként írható le. Ezek mindegyike – írja a szerző – a hagyomány különböző aspektusaira mutat rá.

4 Kiemelések a szerzőtől.

5 *A qui appartient la tradition? A quoi sert-elle? La tradition entre culture, utilisateur et entrepreneur.* (2012. december 12. Kolozsvár.)

A Keszeg Vilmos által irányított kolozsvári kutatások a hagyományt operatív fogalomként használják.

A hagyomány fogalmát – írja a szerző – nem a kultúra- és a társadalomfejlődés egy korábbi korszakából fennmaradt reliktumokra vonatkoztatjuk, hanem a környezetben, a kultúra használatától informális módon átvett, a mindennapi életben használt tárgyak, ismeretek, gyakorlatok, mentalitás és attitűd megnevezésére (Keszeg 2014: 10).

A hagyomány tehát 1. közösséget formál, 2. emlékezetet termel és 3. biografikus funkcióval rendelkezik (Keszeg 2014: 10–12).

Voigt Vilmos egyik tanulmányában úgy vélekedik, hogy – akárcsak a népi kultúra fogalma – a hagyomány is erőteljesen etnicizált. Amint írja:

ami a közismert magyar »hagyományfelfogást« illeti, nálunk, korábbi előzmények (például Bessenyei György történelemértelmezése) után a reformkorban alakul ki a fogalom rendszeres használata. Kölcsy Ferenc *Nemzeti hagyományok* című tanulmánya (1826) voltaképpen egy máig érvényes nézetet képvisel, amely szerint a magyar »néphagyományok« egyszersmind az egész »magyar nemzet« hagyományai is (Voigt 2007: 10).

Paládi-Kovács Attila pedig arra mutat rá, hogy a népi kultúra kutatóinak munkáiban hosszú ideig »a hagyomány szó [...] gyakran a honfoglalás előtti időkből származó, saját törvényei szerint továbbélő, olykor módosuló, megújuló népi kultúra szinonimájaként tűnik fel« (Paládi-Kovács 2004: 4). Ennek a hagyománynak a természetéről Hermann Bausinger a következőt írja: »az utóbbi évszázadban a nép körében is elterjedt felfogás szerint az, ami történelmileg korábbi – s néhány maradványban még a jelenbe is belenyúlik –, egyúttal történelem nélküli is, maga a természet« (1995: 102–103). Aleida Assmann egyik tanulmányában szintén arra mutat rá, hogy »a hagyományt a 18. századi irodalomban a természetként fedezik fel újra és értelmezik« (1997: 608–625).

A köztudatba a népi kultúra és hagyomány fogalmának romantikus, esztétizáló és archaizáló meghatározása ágyazódott be. De ami talán még ennél is fontosabb: egy ideje a helyi közösségek is saját kultúrájuk elemeire *mint* hagyományra kezdek tekinteni.<sup>6</sup> Egy nemrég elvégzett kutatás, mely a helyi szerzők által készített falumonográfiák népi kultúráról szóló fejezeteinek szemléletét vizsgálta, arra a következtetésre jutott, hogy ezek a 19. század végén, 20. század elején kialakult romantikus népi kultúra-szemléletre alapozó kézikönyvek és egy-egy részterület (népszokások, népköltészet, népi építészet, gazdálkodás) monografikus feldolgozásaira támaszkodnak, és gyakran a helyi sajátosságok bemutatása helyett csupán általános megállapításokat tartalmaznak (Vajda 2015). Az interneten megjelenített néphagyományok legnagyobb része szintén ezt a látásmódot tükrözi.

## A néphagyományok hasznosításának módjai és kontextusai

Hermann Bausinger írja le, hogy az 1980-as évek elején egy kis délnémet város, Hayingen énekkarának 75 éves jubileuma alkalmával a helyi asszonyok olyan viseletben vonultak fel, melyről annak ellenére, hogy régiként határoztak meg, elismerték, hogy aznap öltötték először magukra. Csak később, egy újsághír nyomán derült ki a szerző számára, hogy valójában

<sup>6</sup> »Manapság – írja Hermann Bausinger – a nép egyszerű fia is a hagyományra részben tudatosan, mint hagyományra tekint« (1995 [1961]: 104).

egy helyi lelkész száz évvel korábbi, akkor még használatban lévő viseletdarabokról készült leírása alapján rendelték meg ezeket (Bausinger 1983 [1982]: 434). A Marosvásárhelytől alig 20 kilométerre eső Vajdaszentiványon az 1960-as években egy helyi tanító, Demeter Pál végzett hasonló munkát, s a helyi táncsoport a *Megéneklünk Románia* elnevezésű vetélkedő rajoni és országos szakaszán az általa „megtervezett” viseletben mutatta be az azóta is nagy népszerűségnek örvendő vajdaszentiványi táncokat.<sup>7</sup> A tervezést itt is a szükség szülte, ugyanis a faluban már nem volt élő népviselet, csak egy-két idős ember szekrényében tartogattak a temetésre egy-egy ruhát. A helyi táncsoport által ma is használt női viseletet a tanító egy 96 éves asszony ruhája alapján tervezte. A Marosvásárhely és Szászrégen között félúton elhelyezkedő Sáromberkén 2014-ben a helyi művelődési ház felújítása és felszerelése alkalmával a helyi általános iskola táncsoportja számára nyolc pár „viseletet” is vásároltak. Mivel sem a helyi önkormányzat képviselőinek, sem a beszerzést bonyolító cégnek nem állt semmilyen dokumentáció a rendelkezésére a helyi viseletre vonatkozóan, a beszerzéshez az interneten kerestek mintákat. Egyrészt a különböző közösségi és fájlmegosztó oldalakon található erdélyi népviseletről és néptáncsoportokról készült képeket, másrészt erdélyi kézműves mesterek interneten elérhető „viseletkatalógusainak” anyagát tekintették át. A viseletdarabokat pedig udvarhelyi kézműves mesterektől rendelték meg.

### *Néphagyományok új környezetben*<sup>8</sup>

A hagyományhasználat fent jelzett jelenségeit a néprajzi szakirodalom a *folklorizmus*<sup>9</sup> fogalmával határozta meg. A fogalmat először talán Peter Heinz szociológus használta. A *Társadalmi változások* című lexikoncikkben 1958-ban folklorizmusnak a nativisztikus mozgalmakat és ezek valótlan-romantikus jellegét nevezte, s ezek példaként éppen a régi elfelejtett „kényelmetlen viseletek” újrabevetését említette. Hans Moser szokáskutató szerint folklorizmus „a népi kultúra elemeinek olyan megjelenési formája, olyan összefüggésekbe kényszerítve, melyekbe eredetileg nem tartoztak”. Ilyen eset például a színpadon megjelenő népviselet (lásd Bausinger 1983 [1982]: 435). Voigt Vilmos szerint a fogalom magába foglalja a népi kultúra korai felfedezésének korát is. A szerző a folklorizmus korai megjelenési formáinál a francia forradalmat, a német romantikát és az orosz narodnikok mozgalmát említi, és megkülönbözteti a régi és új tendenciákat, bevezetve a *neofolklorizmus* fogalmát (Voigt 1970, 1979, 1987b). Guszev emellett a folklorizmus társadalmi-kulturális típusait különbözteti meg. Ezek a *mindennapi folklorizmus* és az *ideológiai folklorizmus* (Guszev 1983 [1982]: 441). Bausinger pedig a folklorizmus jellegzetességeit a következőképpen foglalja össze: 1. A jelenségek mesterségesen létrehozottak, nem a hagyományból származnak, hanem abból nőnek ki. 2. Az ösztönzés kívülről jön és kifelé irányul előadások, bemutatók formájában, ahol számolnak a néző elvárásaival is. 3. A jelenségek szoros összefüggésben állnak a kultúraipar ügynökségeivel, beleértve a szórakoztatóipart és az idegenforgalmat. 4. A folklorizmus az alkalmazott néprajz egyik formája, ahol a néprajztudomány eredményeinek visszacsatolásával van dolgunk (Bausinger 1983 [1982]: 435).

7 A vajdaszentiványi táncokat az említett időszakban a Maros művészegyüttes is színpadra vitte, és mind a mai napig számos hivatásos és amatőr táncsoport repertoárjában megtalálhatóak.

8 A cím átvétel, az eredetit lásd Bíró Zoltán, Gagyí József és Péntek János (szerk.): *Néphagyományok új környezetben. Tanulmányok a folklorizmus köréből*. Bukarest: Kriterion, 1987.

9 A folklorizmus fogalmához lásd Voigt (1970, 1979, 1987a); Bausinger (1983 [1982]); Guszev (1983); Karnoouh (1983).

Erdélyben 1987-ben, a Kriterionnál látott napvilágot az a tanulmánykötet (Bíró et al. 1987), mely azt vizsgálta, hogy a népi kultúra új/megváltozott környezetbe kerülve „még mindig a hagyományos jelentést hordozó alkotás, vagy már csak (kétes?) értékeket termelő alkotás? (...) Hogyan találják meg helyüket a hagyományos kultúra felbomló paradigmájából szétszóródó elemek az új szintagmákban?” (Péntek 1987: 5). Bíró A. Zoltán a kötet elméleti bevezetőjének számító tanulmányában úgy érvel, hogy folklorizmusról akkor beszélhetünk, ha „a népi kultúra egy eleme, elemcsoportja az eredetitől eltérő, idegen környezetbe kerül [...], és az idegen környezetbe jutva megváltoztatja jelentését, más lesz, mint ami a népi kultúra rendszerében volt” (Bíró 1987: 31–32). A szerző ezt követően a folklorizmus négy alaptípusát különbözteti el: a tudományos folklorizmus, a reprezentációs folklorizmus, a mindennapi folklorizmus és a művészi folklorizmus típusát (Bíró 1987: 33–44). Tudományos folklorizmusnak számít, mondja a szerző, mikor a népi kultúra az értelmezések hálójában él tovább. át. „Amikor tehát megmentésről, megőrzésről beszélünk, akkor valójában folklorizmusfolyamatról, és ennek kapcsán jelentésváltozásról van szó. [...] A tudományos megközelítés mindig azt jelenti, hogy a népi kultúra elemeit idegen környezetbe visszük” (Bíró 1987: 35). Ugyanakkor ez a kutató által feltárt és közzétett anyag önálló életre kel(het), sokféle – a tudományos kutatás intencióitól igen távol eső – felhasználása is elképzelhető.<sup>10</sup>

A szerző a reprezentációs folklorizmus körébe sorolja a könyvespolcon elhelyezett népművészeti kiadványsorozatot, a falra aggatott szönyeget, kancsókat, a népi kultúra színpadra állítását és a népművészeti kiállításokat és a tájházakat egyaránt. Ezekkel ugyanis – érvel a szerző – mind a „népi kultúra hozzánk tartozását” (Bíró 1987: 36) fejezi ki. A reprezentációs folklorizmus nemcsak készítője, de ideológusa (szakértője) is van, aki kiválasztja, elénk helyezi és megtanít arra, hogyan kell szemlélni. Ez az egész folyamat a *fogyasztás* fogalmával írható le leginkább (Bíró 1987: 38).

A mindennapi folklorizmus esetében a népi kultúra azáltal kerül idegen környezetbe, hogy már nem rendszerként, hanem eszközként működik, kiszolgálja ugyan az egyénnek az önmagyarázási kísérletét, de egyben oppozíció is termelődik: az egyén tisztában van azzal, hogy vannak rajta kívül mások, akik nem hisznek benne, esetleg le is nézik érte (Bíró 1987: 39–43). A művészi folklorizmus pedig valójában a folklorizmus klasszikus típusa, ebben az esetben „a népművészetnek és a népköltészetnek a »magas« kultúrába való bejutásáról van szó” (Bíró 1987: 43). A néphagyományok ilyen módon történő felhasználásának elsődleges élettere a műterem és a színpad, előadásának kontextusa a kiállítás, illetve a helyi, regionális és országos fesztivál vagy verseny.

### *A néphagyományok újraélesztése. Kitalált hagyomány*

A hagyományalkotás azon folyamatának megnevezésére, mely során a hagyományos paraszti öltözékek újjáélesztésére, vagy éppen kitalálására (lásd a skót szoknya)<sup>11</sup> került sor, a szakirodalom Hobsbawm nyomán a *kitalált hagyomány* fogalmát használta, bár a magyar folklorisztikában a *hagyományteremtés* fogalma is előfordul (lásd Hofer és Niedermüller 1987; Mohay 1997). Meghatározása szerint a kitalált hagyomány(ok) új helyzetekre adott válaszok, amelyek a régmúlt formákra és helyzetekre való hivatkozás formáját öltik (Hobsbawm 1983: 2), formalizációs és ritualizációs folyamatok, melyeket a múltra való utalás jellemez

<sup>10</sup> Ehhez a kérdéshez lásd még Keszeg (2005: 315–339).

<sup>11</sup> Elemzését lásd Trevor-Roper (1983: 15–41).



(Hobsbawm 1983: 4). A szerző a kitalált hagyományok három típusát különíti el: 1. azok, melyek a társadalmi összetartozást erősítik vagy szimbolizálják, 2. amelyek intézményeket, státusokat és hatalmi viszonyokat erősítenek vagy legitimálnak, és 3. amelyek elsődleges célja a szocializáció, valamilyen hitrendszerbe, értékrendbe és viselkedésmintába való belenevelés (Hobsbawm 1983: 9).

Egy másik tanulmányában Hobsbawm a „hagyományok tömegtermelésével” foglalkozik. Abból indul ki, hogy annak ellenére, hogy a hagyományok kitalálása általánosnak mondható, a 19. század 70-es éveitől kezdődően közel fél évszázadon át „különleges sebességgel keletkeztek új tradíciók” hivatalosan és nem hivatalosan egyaránt. Az előbbieket – melyeket az állam hozott létre és az állammal kapcsolatos ritualizált eseményeken gyakoroltak – tekinthetjük politikainak, az utóbbiakat pedig társadalmi, ezeket formálisan szervezett csoportok hozzák létre, melyeknek nem volt politikai célkitűzésük, de új eszközökre volt szükségük, hogy biztosítsák vagy kinyilvánítsák összetartozásukat, szabályozzák belső kapcsolatrendszerüket (Hobsbawm 1987 [1983]: 127). A harmadik köztársaság hagyományteremtő tevékenységének elemzése során három fő újtásra hívja fel a figyelmet: 1. az oktatást az egyház világi megfelelőjévé alakította és a köztársasági elvek terjesztőjévé tette, 2. nyilvános ceremóniákat talált ki, és 3. az emlékművek tömegtermelésébe kezdett (Hobsbawm 1987 [1983]: 137–139). Annak ellenére, hogy a szerző csak később, más összefüggésben említi meg, ide kell sorolnunk a rituális terek kialakítását (Hobsbawm 1987 [1983]: 179) is.

Ugyanakkor a szerző a kitalált hagyományok további három további aspektusára is felhívja a figyelmet. Először is különbséget kell tenni a tartós és a mulékony újítások között. Másodszor a kitalált hagyományok „meghatározott osztályokhoz vagy rétegekhez kötődnek”, az átvételt pedig – annak ellenére, hogy elviekben mindkét irányba hat – a „felülről lefelé szivárgás jellemzi”. Az átvétel során átalakításra kerül sor, de „a történelmi eredet látható marad”. A harmadik szempont pedig a „kitalálás” és a „spontán keletkezés” párhuzamos jelenléte (Hobsbawm 1987 [1983]: 178–181).

A kitalált hagyomány primer kontextusát a (nemzeti) ünnep és a megemlékezési szertartás (lásd Connerton 1997: 7–75; Fejős 1996: 125–142) képezi.

A néphagyományok újjáélesztése szintén hasonló módon zajlott, zajlik. A helyi vagy a központi (politikai és/vagy szellemi) elit a rendelkezésére álló adatok alapján a néphagyományoknak egy ideáltípusát hozza létre, megteremtve egy közösség (település, régió vagy nemzet) „*reprezentatív*” *néphagyományait*. Így a hagyomány elszakad az őt létrehozó közegetől és a helyiből nemzetivé válik. Nálunk ennek korai példáinak az 1867-es párizsi világkiállításon bemutatott nádfeleles magyar csárda, az 1873-as bécsi kiállításon bemutatott észak-magyarországi és erdélyi házak, illetve az 1885-ös budapesti országos kiállításon szereplő 15 berendezett *paraszt-szoba* vagy a millenniumi kiállítás magyar faluja (Sisa 2001: 46–50) tekinthető. Mivel ez a folyamat, valamint végterméke sokban hasonlít a skót szoknya történetéhez, a néphagyományok újjáélesztését szintén kitalált hagyományként kell meghatároznunk. A reprezentatív/kitalált néphagyomány szintén gyakran ideológiakonstrukciók részévé válik, a nemzeti öntudat építésében tölt be szerepet.<sup>12</sup> Ezért gyakran éri – nem is teljesen alaptalanul – a nacionalizmus vádja.

12 Ilyen példának okáért a román *căluș* nevű botos tánc, melyet 2005-ben az vettek fel az UNESCO-listára. Ennek elemzéséhez lásd Știucă (2014: 42–52).

Úgy tűnik – írja Keszeg Vilmos a fentebb említett konferencia előadásából szerkesztett kötet bevezető tanulmányában –, hogy Európában az 1960-as évektől kezdődően új terminus tűnik fel, az *örökség*, mely rövid időn belül az épített és a természeti mellett a kulturális javak meghatározására is kiterjedt, sőt külön kutatási irányzatot (*heritage studies*) indított el. De vajon nem arról van-e szó – kérdezi a szerző –, hogy a kulturális örökség terminusa jellegzetesen nyugat-európai kulturális attitűdöt nevez meg, ahol az örökségesítés során a kulturális javak újra elosztása és idegenek számára történő bemutatása történik meg (Keszeg 2014: 12–13)? Egy másik helyen pedig így vélekedik erről:

a kulturális örökség fogalma Európában az 1970-es években jelent meg, akkor tudatosodott az, hogy a kultúrának arra a részére, amit a használók valamilyen megfontolásból nem preferálnak, vigyázni kell, biztonságba kell helyezni, muzealizálni kell. Ez fordulatot jelent az európai mentalitás történetében, mert különbség van a hagyomány és az örökség fogalma között. Míg a hagyomány terminus a generációkon keresztül használt és önkéntesen közvetített értékeket jelenti, addig az örökség terminus már jogi fogalom, és azt hangsúlyozza, hogy az utókornak jogában áll hozzájutni mindahhoz, amit az elődök felhalmoztak, kidolgoztak, s ami a mindennapi használatból kikerült. Az örökségnek a megőrzését és a hozzáférést törvénynek kell garantálnia (Keszeg 2015).

Máiréad Nic Craith pedig úgy érvel, hogy annak ellenére, hogy az örökség fogalma elég képlekeny ahhoz, hogy többféle módon értelmezzük, amit jól érzékeltet az a sokféleség is, ami a fogalom egyes európai nyelvekre fordítását jellemzi, nehéz elképzelni, hogy lehet közös európai örökségről és örökségkoncepcióról beszélni (2012: 11–28). Sonkoly Gábor a nyugati örökségfogalom használhatósága kapcsán arra a következtetésre jut, hogy „a kulturális örökség fogalma tehát elemzési szintenként eltér. Kérdés marad, hogy miként lehet e különböző értelmezéseket összekapcsolni” (2000: 62). Paládi-Kovács Attila pedig arra hívja fel a figyelmet, hogy Franciaországban egy fogalmi kettősség figyelhető meg: a néprajzi örökség, hagyaték megnevezésére a *patrimoine ethnologique* fogalmát használják, s „a *heritage* szót meghagyták az elit kultúra, a műemlékvédelem kifejezésének” (2004: 7).

Ma szinte közhelynek számít örökségrobbanásról beszélni, ami nem csak arra utal, hogy átláthatatlanul megsokasodtak a különböző örökségformák és örökségszövegek, hanem arra is, hogy az örökség egyre inkább leváltja a kultúra fogalmát, annak helyébe lép (Tschofen 2012: 29). Több szerző az örökséget egyenesen metakultúráként határozza meg (Kirshenblatt-Gimblett 2004: 52–65; Tauschek 2011: 49–64), melyet a globalizált világ kulturális formájaként lehet felfogni. Egy gyűjteményes kötet szerzői pedig egyenesen *örökség-rezsimekről* beszélnek, ezzel is jelezve az örökségnek a mindennapokra is kiható szabályozó jellegét (lásd Bendix, Eggert és Peselmann 2012).

Barbara Kirshenblatt-Gimblett értelmezésében az örökség 1. a jelennek a múltból táplálkozó kultúrateremtő módja; 2. hozzáadott értéket termelő iparág; 3. a helyi terméket exportárúvá teszi; 4. a saját tárgya és eszközei közti viszony problémásságára vet fényt; valamint 5. az örökség megértéséhez a kulcsot virtuális természete (szimulákrum jellege), aktualitás jelenléte vagy éppen teljes hiánya adja (1995: 369).

A kiterjedt szakirodalomban négy fő csapást lehet azonosítani. A kutatások egyik része a használat felől közelít és az örökség mibenlétére, illetve társadalmi kereteire kérdez rá.

Másik része a normatív szabályozás felől, és azt vizsgálja, hogy az örökséggé nyilvánításnak, az örökség megőrzésének, közvetítésének és használatának milyen nemzeteken átívelő, vagy ellenkezőleg: nemzetspecifikus szabályozásai vannak. Ezek hogyan hatnak vissza az örökségre, az örökségfordozókra és az örökség használatára. Ki(k) az örökség tulajdonosa(i), és milyen intézmények működtetik, illetve felügyelik használatát. Milyen viszony van a normatív szabályozás és a mindennapi gyakorlat között (lásd Aronsson és Gradén 2013; Bendix, Eggert és Peselmann 2012; Smith 2004; 2006; Simth és Akagava 2009; Therond és Trigona 2008). A harmadik az örökség(képzés) és a gazdaság viszonyára, ezen belül is elsősorban az örökségnek a turizmusiparban betöltött szerepére fókuszál (Dawson 2005; Lyth 2006; Rowan és Baram 2004; Thompson Hajdik 2009). A negyedik pedig a modern technológia és az örökség termelésének (patrimonizáció), megjelenítésének (*visualization*), tudományos kutatásának és mindennapi használatának (lásd turizmus) viszonyát boncolgatja (Falser és Juneja 2013; Ioannides és Quak 2014).

A hagyományoknak egy sajátos használati módjára Kelet-Európában is egyre inkább az *örökség* (örökségalkotás) fogalmát használják, igaz, elsősorban történészek és nem néprajzkutatók.<sup>13</sup> Az örökségparadigma megjelenése Kelet-Közép-Európában az Európai Unióhoz való csatlakozáshoz kapcsolható, de a fogalom az 1970-es évektől egyre jelentősebb mind a tudományos, mind a politikai diskurzusokban.<sup>14</sup> Ez összefüggésben áll azzal, hogy „a nagytudomány személyessé, illetve közösségiévé válása [...] óhatatlanul együtt járt a léptékváltással, azaz a világ-, illetve nemzeti szintnél kisebb elemzési kategóriák elterjedésével” (Sonkoly 2009: 199). A kisközösség nemcsak legitim kutatási kategóriává vált, de ezek is elkezdtek „saját jogon” kidogozni saját örökségüket, a felülről jövő szabályozást a helyi részvétel egészíti ki (Sonkoly 2009: 200).

Ma már minden, ami emlékezetben akar maradni, és minden, ami valamit emlékezetben tart, valamilyen módon az örökség részét képezi. Az örökségtermelés egyik motorja a múlttal való foglalkozás megélénkülése: a helyi közösség, miközben megalkotja a múltat, annak maradványaiban magára ismer. Ez teszi lehetővé az ember valahová tartozás-érzésének fenntartását, hiszen – mint Löwenthal mondja – az örökség élteti a közösséget, a ma embere elvont eszméket az örökség nyelvén képes kifejezni, életbe tartani, megélni és továbbadni (lásd Husz 2006).

Ha a hagyomány a mindennapokba beágyazott, jelenben élő múlt, akkor az örökség az a jelenben élő múlt, ami levált a mindennapokról. A hagyomány egy adott helyhez (lokálitáshoz) kötött, az örökség viszont – akárcsak a kitalált hagyomány – a helyi hagyományból nemzetit csinál. Ugyanakkor az örökség, miközben felértékeli a helyit, a különbséget (Sonkoly 2000: 60–61), egyben versenyhelyzetet is teremt azok között (Sonkoly 2000: 55–60).

Az örökségképzés mindig magába foglal egy helyreállítási folyamatot is. A hagyomány helyreállítása annyit jelent, hogy a hatalom, miközben megerősíti a hagyományhasználat eredeti szándékát, a maga hasznára fordítja azt (Hartog 2006 [2002]: 156). Az örökség egyrészt *intencionális hagyomány*, azaz a közösség, örökölt hagyományként, tudatosan viszo-

13 Ezért aztán a népi kultúra örökségesítésének kérdésköre háttérbe szorul. Akkor, amikor a helyi örökségről beszélünk, valójában nemzeti örökségre gondolunk, nemzeti keretbe ágyazva gondolkodunk róla. Örökséglistáink is nemzeti örökségről beszélnek (például a *Magyar Értéktár* is elsősorban *Hungarikumok Gyűjteménye*), a helyi örökség létrehozásának és használatának keretei még nem tisztázottak.

14 A témához, a teljesség igénye nélkül, lásd György, Kis és Monok (2005); Erdősi (2000: 26–44); Fejős (2005: 41–48); Husz (2006: 61–67); Paládi-Kovács (2004: 1–11); Sonkoly (2005: 16–22, 2009: 199–209); Frazon (2010).

nyul hozzá. Másrészt viszont *kitalált hagyomány*ként értelmezhető, azzal a különbséggel, hogy itt a politikai és ideológiai célok mellett a gazdasági érdek is erőteljesen jelen van, szerepet játszik. Az örökség használatának (és fogyasztásának) jellemző kontextusa leginkább a turizmus.

Végezetül Voigt Vilmosnak egy fontos – és elgondolkodtató – megállapítására szeretnék utalni:

Az utóbbi időben – írja a szerző – sok felkapott világtörténelmi érvelés jutott el hozzánk is. [...] Mindez befolyásolhatja azt, hogyan is értelmezzük ma a hagyományt. Végül maga a globalizáció is ilyen bűvöszóvá vált napjainkban. Közismertnek tekinthető, hogy a „hagyományokat” a globalizáció ellenpólusának szokás tekinteni, és főként azért szoktuk javasolni ezek „védelmét”, hogy ezáltal csökkentsük a globalizáció kártételét. Anélkül, hogy e témakört most tüzetesen áttekinténénk, csak arra hivatkozhatunk, hogy a hagyományok ilyen „antiglobalizációs” értelmezése ma világjelenség. Mi is külföldről importáltuk ezt az érvelésszert. Ironikusan még azt is hozzáfűzhetnénk, hogy ez az érvelés is tipikusan „globális” jelenség (Voigt 2007: 12).

### *A néphagyomány átírása*

A néphagyomány használatát és a hozzá tapadó használati habitusokat más irányból közelíti meg Keszeg Vilmos, aki a francia írástörténeti iskola és a történetmondás antropológiája eredményeire támaszkodva arra keresi a választ, hogy: rögzíthető-e az orális hagyomány, átvihető-e (átmenthető-e) a szóbeliségből az írásbeliségbe? Milyen következményekkel jár a hagyományok írásban történő rögzítése, kimerevítése? Mi történik a hagyománnyal, ha áttevődik egy számára idegen környezetbe, és feldolgozása egy tőle idegen stílus eszközeivel történik meg (Keszeg 2004: 436–467, 2005: 315–339)? Tanulmányában a szerző arra hívja fel a figyelmet, hogy a hagyomány ráépül 1. egy kollektív életvilágra, 2. a lokális beszélési gyakorlatokra, 3. egy genealógiai – az utódok vállalják – és egy lokális – a közösség ugyanarról beszél – struktúrára, illetve 4. biográfiai funkciója van, életpályákat szabályoz. Ezek mind a hagyományt hitelesítő és legitimáló evidenciák, ami primer társadalmi kontextusában konfliktusokat kezel, identitástudatot erősít, attitűdöket, illetve habitusokat termel és tanít meg. A hagyomány egyszerre az életvilág része és megépítője (lásd Keszeg 2004: 437). A megörökített hagyomány három státusban fordul elő, ezek: 1. a reprezentáció a hagyomány megletének egyedüli formája, 2. a reprezentáció a hagyomány egy történeti formáját képviseli, illetve 3. a reprezentáció megszűnik a hagyományra emlékeztetni, a hagyomány ellen munkál, befogadása és megítélése a művészi szöveg szabályai szerint történik (Keszeg 2005: 316). Ha ez a hagyomány kiszakad eredeti környezetéből, akkor másfajta nyelvi viselkedés, másfajta viszony válik jellemzővé. Ebben a kontextusban egyrészt a hagyomány elveszíti kapcsolatát az életvilággal, már nem szervezi a világot, csak beszél róla, vagy máskor, ami az eredeti közegben realitás volt, az az átírás során fikcióvá válik (Keszeg 2004: 437).<sup>15</sup> Másrészt az elemző arra a következtetésre jut, hogy a hagyomány átírása a társadalom minden szintjén

15 J. Lottman a szövegek három típusát különbözteti meg: 1. a mítosz az abszolút igazságról szól, ismétlődő szöveg és világot teremt; 2. a történelem egymást követő eseményeket reprezentál, de nem teremt világot, csak beszél a világról; 3. a művészi szöveg a fikciót írja le (Lottman 1994).

– a helyi közösségben és a külvilágban egyaránt – előítéleteket termel; igaz, hogy ennek okai társadalmi csoportonként merőben eltérőek (lásd Keszeg 2005: 336).

### *Néphagyományok az interneten?*

De mi történik akkor, ha a néphagyomány nem a könyvekbe vagy archívumokba kerül kihelyezésre, hanem felkerül a világhálóra? Milyen szándéktól vezérelve helyezi letétbe a felhasználó az interneten a népi kultúra termékeit, a helyi hagyományt? Örökségesítésről vagy pusztán archiválásról van-e itt szó? A kihelyezés funkciója kommunikatívnak (informatívnak), performatívnak vagy depozitívnak<sup>16</sup> (megőrzőnek) tekinthető-e? Jelent-e változást az új környezet a használati habitusok és a funkciók szintjén? Magyarán: az új médium képes-e radikálisan megváltoztatni a néphagyományt és a néphagyomány használatát úgy, ahogy azt az írás vagy a tömegmédia (elsősorban a tévé) tette?

A fentiekben a hagyomány négy jellemző létmódjának és használata négy jellemző kontextusának vázolására került sor. Ezek esetében a helyiből nemzeti, vagy egyenesen egyetemes hagyomány (világörökség) lesz, használatára pedig nemcsak helyben, hanem idegen környezetben is sor kerülhet. Adódik tehát a kérdés: mi újat hoz ehhez képest az, ha a néphagyomány az interneten lokalizálódik? Szerintem nem az az érdekes, hogy az internet révén a helyi néphagyomány globálisan elterjed, hanem az, hogy az interneten elérhető néphagyomány egyszerre válik uniformizált tartalommal és a lokális értelmezések részévé. Továbbá az, hogy a korábban elbeszélte és/vagy leírt néphagyomány az interneten megjelenített néphagyománnyá válik (lásd Stanley 2003).

A folklorizmus arra utal, hogy a népi kultúra a tömegkultúra részévé válik, és már nem a helyi élet szabályozásában játszik szerepet, hanem fogyasztásra készül, a színpadon, a televízió- és rádióműsorokban kerül megjelenítésre. A hagyomány egyes elemei eszközértéket töltenek be az esztétikai élmény kiváltásának folyamatában (vö. Keszeg 2004: 437). A kitalált hagyomány esetében a hagyomány másfajta manipuláció eszközzé válik, hatalmi ideológiák fenntartásában, legitimizálásában játszik szerepet. Az örökség szintén szerkesztés eredménye, de a hagyományokat már nem a múlt homályából kell kiemelni, hanem a jelenben még meglévő darabjait kell újra egymáshoz illeszteni. A múlt és a jelen egybeillesztése, egyazon horizontban való megjelenítése révén jönnek létre új imázsok, identitások (vö. Gagyai 2008: 16). A két utóbbi esetben közös, hogy a hagyományörző szándékhoz központi irányítás és erős konzervativizmus is társul.

A hagyományok leírása, archívumokba, kiadványokba való elhelyezése végső soron a hagyományörzés és az örökség (patrimónium) kihelyezésének, átadásának egyik módja (Keszeg 2011: 60). Ez a helyi kultúra értékeit (is) megjelenítő internetet egy más kontextusba helyezi, az örökségtermelés motorjaként láttatja. Így válik a világháló az örökségképzés és -fogyasztás aktív részévé (lásd Falser és Juneja 2013; Ioannides és Quak 2014),<sup>17</sup> a múlttal való együttélés tudatosításának eszközzé, amit azonban nem jellemez a korábban említett népi kultúrával szemben táplált hagyományápoló attitűdök konzervativizmusa (lásd Nyíri 1994a: 77).

<sup>16</sup> A fogalmak értelmezéséhez lásd Assmann (2008 [2000]: 216).

<sup>17</sup> Az internet és a népi kultúra viszonyához lásd a Trevor J. Blank által szerkesztett kötet írásait (2009).

Ez az örökség és az örökségképzés ezen formája tehát jelentősen eltér az általunk megszokottól. Hiszen, ahogy Szűts Zoltán is rámutat könyvében, nem nehéz belátni, hogy

a technológia elterjedésével az alkotások, a tárgyak most már nem évszázadokon át alig változó kontextusban jelennek meg, a múzeumok és a térképek szerepét az augmentált valóság veszi át, a gyűjteményt pedig a közösség hozza létre, egy olyan térben, melyben a közösségi média kánonja érvényes. Ebben a kontextusban a kurátor szerepét a valóságra rakódó réteg készítője tölti be (Szűts 2013: 202).

Ez a *készítő* pedig leginkább nem tudós (néprajzkutató, antropológus stb.), nem hivatalnok, még csak nem is népművelő vagy lelkes amatőr, hanem maga a felhasználó.

Másrészt az internetes fórumok és blogok révén bárki számára lehetővé válik a hagyományról való nyilvános beszéd, és a kontextus demokratikus volta révén a szakértők és a civilek azonos médiareprezentációhoz jutnak (Szűts 2013: 111–112).

Az internet mint a hagyományos népi kultúrát hordozó kontextus (vö. Szűts 2013: 21) a hagyományápolás és hagyományörzés egy minden szempontból új formájának tekinthető, ahol „a közvetítés közege, a digitális platform maga anyagtalan. A digitális kontextusban az információ távol kerül mind a forrástól, mind a hordozójától. Ahogy távolodunk a tárgyi világtól, úgy növekszik a megbízhatatlanság, a hamisítás, a másolás mértéke” (Szűts 2013: 22). Ebben a közegben a hagyomány egyre inkább és egyszerre több szempontból is kitalált hagyomány, pontosabban szólva *interaktív fikció* (lásd Szűts 2013: 97) lesz. A hagyományörzés és/vagy hagyományhasználat pedig a *mentés* és a *mentés másként* metaforával írható le (vö. Szűts 2013: 23), azaz olyan adaptációs tevékenységként, amelynek során az offline, lokális térből származó hagyomány áthelyezése az online digitális térbe egyfajta *remixet* hoz létre, ami jórészt meglévő alkotóelemek újrafelhasználásán alapul. Itt a felhasználó által hozzáadott érték a megosztásban és a véleménynyilvánításban merül ki (Szűts 2013: 145).<sup>18</sup>

### Elméleti fogódzók

Hermann Bausinger mondja azt, hogy a *horizont elmozdulása*/felbomlása következtében kerül sor a tér újraértékesítésére, a helyek felfedezésére. Ez a folyamat hozta magával a szülőföld mai fogalmának elterjedését és a szülőföld fogalmát tartalommal telítő szimbólumok kialakulását is. A szülőföld fogalmának megjelenése azt jelzi, hogy a közösségek rájönnek arra, rajtuk kívül léteznek mások is. Az a hagyomány, amire eddig úgy tekintettek, mint ami a világot szervezi, a közösségi kereteken kívül elveszíti általános érvényességét. A szerző azt hangsúlyozza, hogy a manapság megrendezett számtalan helyi évforduló már létrejöttével is visszaautal a helyi történelemre (Bausinger: 1995 [1961]: 81–83).

A helyi történelem és hagyományok lehorgonyzásra szolgáló eljárásokat Pierre Nora az *emlékezés helyei* fogalmával írja le. Létrejöttüket azzal indokolja, hogy az emlékezetnek nincs már valódi közege (Nora 2010: 13). Jan Assmann az emlékezet térbeli és időbeli kötöttségei mellett annak konkrét mivoltára hívja fel a figyelmet: „Az eszméknek érzékelhető alakot kell ölteniük – mondja – ahhoz, hogy bebocsátást nyerjenek az emlékezetbe” – amire Assmann

<sup>18</sup> Szűts Zoltán idézett könyvében több helyen is felhívja a figyelmet arra, hogy a populáris kultúra szerves része a remix. Ebben az esetben „az alkotás során a szerző, szem előtt tartva a befogadót, az eredetnél gyakran könnyebben, vagy éppen másként befogadható terméket hoz létre” (Szűts 2013: 110). Ez a fajta alkotói magatartás, megítélésem szerint, az internetfelhasználókra még inkább érvényes.

az emlékezés alakzatai fogalmát használja (Assmann 1999 [1992]: 38–39). Ez ugyanakkor azt is jelenti, hogy az emlékek megőrzését és továbbítását már nem a közösségek, hanem az intézmények végzik. A *kollektív emlékezet* helyét a *kulturális emlékezet* veszi át, mely a múlt szilárd pontjaira irányul, a tényszerű múltat (történelem) emlékezetes múlttá, mítosszá alakítja. A múlt szimbolikus alakzatokká olvad (Assmann 1999 [1992]: 53).

A horizontok határolta tér leírásához Arjun Appadurai a *lokalitás* fogalmát használja. Szerinte „a lokalitás mindenekelőtt kapcsolatokat és kontextusokat, és nem fokozatokat vagy térbeliséget jelent. Összetett fenomenológiai minőség, melyet a társadalmi közvetlenség érzete, az interaktivitás technológiai és a viszonylagossá vált kontextusok közti kapcsolatsor hoz létre” (Appadurai 2001: 3).

A horizont elmozdulása az időszemléletre is kihat: a jövőtől való rettegés és a múlt utáni vágyakozás a jelen abszolutizálásához vezet, a jövőorientáltság helyét a *prezentizmus*, az autentikus múlt maradványait még őrző jelen kultusza veszi át. Ez azonban olyan jelen, mely már elmúlt, még mielőtt teljes mértékben bekövetkezett volna. A haladásba vetett hitet a megőrzés gondja váltja fel. Az azonban, hogy mit kell megőrizni és kinek, továbbra is kérdés marad (lásd Hartog 2006 [2002]). Az internet gyors fejlődése és elterjedése a fent említett fogalmaknak és elméleteknek is új lendületet adott, tágabb kontextusba helyezte őket.

A Hermann Bausinger által emlegetett játéktér összeszűkülése jelenség úgy is értelmezhető, mint a nép kulturális termékeinek hozzáférhetőségére és a hozzáférés gyorsuló ütemére adott válasz. Ahol gyorsan változó sorrendben teljesen különböző javak tűnnek fel, ott csak úgy őrizhető meg a hagyomány, ha a formák merevvé válnak, majd ezeket nagy pontossággal átveszik (Bausinger 1995 [1961]: 111). A kitalált hagyomány és az örökség esetében ilyen szigorúan követni kell a kitalált/örökségesített hagyományokat, mintákat. Bausinger a népviselet példáját említi, ami, mint írja, erősen közelít az egyenruhához (1995 [1961]: 114). Ez a tendencia ma még inkább érvényesül, elég csak a táncscsoportok viseletére gondolni vagy kézműves mestereknek az interneten is népszerűsített viseletdarabjaira.

A számítógép a vizuális ismeretszerzés (és terjesztés) eszköze, használata inkább a telezkóphoz és a mikroszkóphoz hasonlít, és nem a nyomtatott sajtóhoz. Vagyis az internet esetében elsősorban a megjelenítés (*visualization*) a fontos, és nem az, hogy az adatokat tárolni képes (Stanley 2003). Mégis úgy tűnik, hogy a világhálóra – legalábbis a felhasználók egy igen jelentős csoportja felől közelítve – bizonyos értelemben egy hatalmas archívumként/adatbázisként is tekinthetünk,<sup>19</sup> és mint ilyen, mindazok az elméleti észrevételek, melyek az archívumok (adattár, levéltár, könyvtár stb.) természetével kapcsolatosak, a világháló szerkezetének, működésének és főleg használatának kapcsán is helytállóak, megfontolandóak.

Az archívumot, a felejtés művészetéről írt könyvében, Harald Weinrich „írártáról intézmény”-ként írja le, amely „jogi és államigazgatási eljárásokat dokumentáló írásos anyag (...) mintaként áll rendelkezésre: jövőbeli, alkalmasint történétírói célok hivatkozási alapjául szolgál” (Weinrich 2002 [1997]: 297). Ugyanakkor arra is felhívja a figyelmet, hogy a jelen „túlinformált társadalmában” az információszerzésnél nehezebb és fontosabb feladat az információk szűrése, ami a levéltárak esetében nem jelent kevesebbet, mint „az iratok tervszerű megsemmisítését”, amit idegen szóval kasszációnak nevezünk (Weinrich 2002 [1997]: 297–298).

19 Stanley a történelem és a számítógépes megjelenítés viszonyáról írt könyvében azt írja, hogy a történészek (de ez igaz a humán tudományok képviselőire és az átlagfelhasználók nagy részére is) konzervatív számítógép-felhasználók, elsősorban annak írógép- és archívumfunkcióját használják, s az írott történelem (vagy néphagyomány) csak lassan alakul át megjelenített történelemmé (néphagyománnyá) (Stanley 2003).

A levéltárhoz hasonlóan a könyvtár is válasz arra az elméleti kérdésre, hogy lehetséges-e, és ha igen, hogyan lehetséges az írott szó rendszerezése, hogyan uralható a sokasodó könyvek világa (Chartier 1994: vii). Jakó Zsigmond a könyvtárnak az erdélyi magyar művelődésben betöltött szerepéről írt tanulmányában azt hangsúlyozza, hogy a könyvtár olyan társadalmi képződmény, amelynek létrejöttéhez bizonyos társadalmi igények és feltételek együttes jelenléte szükséges. Éppen ezért tartalmát és összetételét az őt létrehozó társadalmi közösség művelődési – és tegyük hozzá: gazdasági – élete határozza meg (Jakó 1977: 284–285).

A levéltárak aktuális problémáira reflektálva Takács Tibor azt mondja, hogy a levéltár nemcsak magán viseli, hanem esetenként le is rázza a *történelem terhét*, mellyel a hatalom és a történettudomány felruházta. A levéltári dokumentum a levéltárból kikerülve nemcsak történeti forrás lehet, kikerülhet a hivatalos közegbe, a magántörténelem közegébe, vagy akár irodalmi közegbe is (Takács 2009: 62–63). Ez számomra azért is kiemelt fontosságú, mert tulajdonképpen azt a három alapvető környezetet, kontextust definiálja, melyekben a világháló és az itt található információk betöltik funkciójukat.

A felhasználó (a néprajzi író, a történész, a helyi specialista vagy a magánszemély) a levéltárban nem csupán a múltat, de a magányt is megtapasztalja. Takács Steedmanra támaszkodva úgy érvel, hogy a levéltárak használatát a múlt megismerésének és birtokbavételének vágya hajtja: „A múltban – ugyanis – azt keressük, amivé válni szeretnénk” (Takács 2009: 63). A levéltár tehát egyben a vágyak helye is, „olyan hely, ahol az emberek egyedül lehetnek a múlttal, ahol egy egész világ, egy egész társadalmi rend elképzelhető akár egy darabka papír alapján” (Takács 2009: 64). Még továbblépve azt mondhatnám, hogy a levéltárban – de az interneten is (lásd a közösségi oldalakat) – a használó önmagát tapasztalja meg.

Az emlékhelyekről szóló grandiózus vállalkozás értelmi szerzője, Pierre Nora két tanulmányában is a levéltárakról mint emlékhelyekről értekezik (Nora 2006: 4–6, 2010: 121–128). Kimutatja, hogy a fogalom kitágulása, valamint a kutatási jog és a fenntartás (uralom) körüli viták valójában azt jelzik, hogy a kortárs emlékezetben a levéltár központi helyet foglal el (Nora 2006: 4). Egyrészt a levéltár emlékezeti-identifikáló funkciója megnő a történeti-dokumentáló szerephez képest, másrészt a történelem iránti érzékenység növekedése, a történelem pluralizálódása a hozzáférési módok terén is bővülést eredményezett. A levéltár emlékezeti helyként betöltött funkciója kibővült, a nemzeti mellett a regionális, lokális és perszonális – azaz alternatív – emlékezet helyeként is működik (Nora 2006: 5).

A levéltárak ilyen irányú átalakulásának a folyamata három területen nyilvánul meg: „a decentralizáció folyamatában, az emlékezésre érdemesnek tűnő dolgok kibővülésének folyamatában és a demokratizálódás folyamatában, amely mindenkit önmaga levéltárossá tesz”. Ez tehát a forrása a levéltárak *kvantitatív forradalmának* (Nora 2006: 5). A levéltár számos értelemben az állam idejét, a *hosszan tartó folyamatokat* őrzi és teszi megjeleníthetővé.

Derrida *Az archívum kínzó vágya. Freud impresszió* című tanulmányában azt írja, hogy az archívum egyfelől az ismételhetőség, rögzíthetőség, az eredetre való emlékezés zálogaként értendő; másfelől e jelentésrétegekhez a törvénykezés felügyeleti toposzaként az összegyűjtés, osztályozás, szabályozás elvei is kapcsolódnak (Derrida 2008 [1995]). Ugyanakkor már a cím is világosan körvonalazza,

hogy Derrida szerint az archiválás technikája mint hatalmi, intézményi eszköz, valamint a freudi pszichoanalízis terminológiai megfontolásai közös regiszterre helyezhetőek. Derrida szerint az archiválás aktusának elfojtásként való értelmezése képezheti az archivológia kultúratudományos



és pszichoanalitikus magyarázatainak metszéspontját. Az archiválás inszemináló igénye vágyként munkálkodik az an/archiválás előre ki nem számítható eseményének tükrében. Hisz annak a traumának, mely bevésődik az emberi tudatba, szükségképpen fel kell törnie. Freudnál az ismétlés logikája mint neurotikus kényszer elválaszthatatlan a halálvágy destrukciós hajlamától. Mondhatni, a pusztulás őselve eredményezi az archívum kínzó vágyát. „Az archívum örökké, a priori önmaga ellen dolgozik”, hisz folyton kalkulál a végtelen, a lehatárolhatatlan mozzanatával (Miklósvölgyi 2008).

Michel Foucault *A tudás archeológiája* című munkájában az archívum fogalmának kiterjesztését végzi el (Foucault 2001 [1969]). Az archívumot elsősorban olyan rendszerként írja le, amely a kijelentések feltűnését és működését szabályozza, ezért felelős. Ebben a felfogásban az archívum nem pusztán statikus tároló, rögzített médium, hanem olyan, ahol az információ folyamatosan fluktuál, és amelynek működését befolyásolják az uralkodó hatalmi diskurzusok is (lásd Hermann 2010; Miklósvölgyi 2008). Ezt az archívumdefiníciót különböző információnyalábok kapcsolódási felületeként (*interface*), metaforájaként foghatjuk fel, annál is inkább, mert maga a metafora szó etimológiája is az átvitel, a szállítás aktusának mozzanatát hordozza magában (Miklósvölgyi 2008).

A jelenkor médiaarchívumai – írja Miklósvölgyi – nem is annyira tárolnak, mint inkább információkat továbbítanak. A digitális kultúra korában az archívumot entropikusan kell elgondolnunk: egy olyan átláthatatlan, nyílt hálózatu, folyamatközpontú rendszer részeként, melyben a rendezetlenség legmagasabb fokát kell megengednünk. Így a korábbi archívumfogalom bürokratikus archaizmusát felszabadítva, különböző nyílt hálózatu architektúrák szabad burjánzását tehetjük lehetővé. Ezért kérdésessé válik, hogy magát a tároló médiumot, vagy pedig a benne rejlő adatok összességét nevezzük-e archívumnak (Miklósvölgyi 2008).

A médiaarcheológia – többek között – a valóságos tároló médiumok tartalmának virtualizációja során kialakuló újszerű viszonyokat, jelenségeket igyekszik vizsgálni (Miklósvölgyi 2008). Ebből az irányából közelít a kérdéshez Wolfgang Ernst német médiateoretikus, aki *Archívumok morajlása* című szövegében (Wolfgang 2008) az archívumok kibernetikájával foglalkozik: a technikai újítások, a digitális technológiák és a médiafogyasztási szokások megváltozásának szemszögéből próbálja meg azt újragondolni. Arra a megállapításra jut, hogy

a 21. században a médiaarcheológia túlhaladja (...) az archívumok és archiválás klasszikus rendszereit. Előnye hordozójában, illetve annak jellegében keresendő: a digitális kódolhatóság és a folyamatosság. A jelen médiaarchívumainak már nem pusztán a tárolás, hanem a továbbítás a funkciójuk, ez a különbségtétel hasonló, mint az archívum és kulturális emlékezet, vagy az archívumok és médiumaik esetében. A digitális világ egyik fontos hozadéka a lezáratlanság, vagyis ha úgy tetszik: a rendszertelenség (Hermann 2010).

W. J. T. Mitchell amerikai művészet- és médiateoretikus is erre az információáramlás intenzitásának megugrásával összefüggő újfajta rendezetlenségre hívja fel a figyelmet. Szerinte, ha „korábban az archívum célja és feladata a megőrzés és tárolás volt, és a történelem megírhatóságát feltételezte, ma épp ennek a lebontása a feladat, lényege pedig a káosz adaptálásában rejlik” (Hermann uo.).

Ugyanakkor a világháló-archívum, mint technika, és mint a technikai tudás által működtetett rendszer legfontosabb sajátossága, hogy az elektronikus archívum áram- és internet-

függő; áramkimaradás esetén az egész rendszer lebénul. Felhasználói csak az ötletekkel maradnak, de nem tudnak maradéktalanul hozzáférni ehhez a technikához, hogy alkalmazzák azokat. A többi archívummal ellentétben az itt tárolt információk nem rendelkeznek anyagsággal, az információt nem anyagi hordozókba, hanem bitekbe kódolták. Az anyagtalanság a megsemmisülés (vagy ha úgy tetszik, a felejtés) „elviselhetetlen könnyűségét” is magában rejt. Amilyen könnyen és gyorsan jönnek létre olyan honlapok, internetes felületek, melyek nagy mennyiségű információ tárolását, különböző szempontok szerint történő rendezését és megjelenítését teszik lehetővé, éppolyan gyorsan meg is szűnnek. És még valami: mivel az információk nincsenek rendszerezve, a keresés eredménye a legtöbb esetben esetlegesen, véletlenszerűen alakul.

Ropolyi László az internet természetéről írt könyvében az internetet anyaga szerint mint technikát, mozgása szerint mint kommunikációt, formája szerint mint kultúrát és a célok szerint mint organizmust veszi szemügyre (2003). Deleuze *assemblage*-nak nevezi azokat a sajátos sokféleségeket, egymáshoz illesztések révén létrejövő halmozásokat, melyek központ nélküliek, minden irányba nyitottak és minden elemük kapcsolatban áll egymással. Ezek nem hierarchián alapuló rendszerek és központi irányítást nélkülöző rendező emlékezetek. Központi automatizmus nélküliek, csupán az állapotok áramlása határozza meg őket. Kezdet és vég nélküliek, ahol a kapcsolódások számtalan kombinációja biztosítja, hogy ne egy előre kinevezett központ irányítsa a sokféleséget, hanem mindig új irányok felé törjön, átalakuljon és dimenzióit növelje (Deleuze és Guattari 2002).

DeLanda a mai társadalmat és működését leíró könyvében a hálózat (network) és az assemblage fogalmát többé-kevésbé egymással felcserélhető, szinonim fogalmakként használja (DeLanda 2006). Ezért is gondolom úgy, hogy ennek mintájára az internet természetének leírására is használható ez a fogalom. Annál is inkább, mivel Ropolyi László könyvének is az a fő tézise, hogy a modernítésra jellemző, egyetlen, privilegizált verziójú tudás az internet korában válságba kerül, a hálózatba kapcsolt társadalmi létezésben („hálólét”) a tudásváltozatok és alternatív valóságsszférák korábban elképzelhetetlen sokasága jelenik meg, a posztmodern individualizáció során az emberek a tudományos és technikai tudáshoz is kezdenek személyes módokon viszonyulni (Ropolyi 2006).

Ha az örökségalkotás, a kitalált hagyomány vagy a folklorizmus esetében létezik egy központi irányító szerv és egy központi szabályozás, az internet esetében ilyenről nem lehet beszélni. Ugyanakkor, mivel az internetre feltöltött néphagyomány – akárcsak bármely itt megjelenő tartalom – folyamatosan update-elhető (lásd Nyíri 1994b: 19), az a tudás, amit a színpadi előadásban, a turizmusban vagy az archívumokban és a kiadványokban kimerevítettek (de ugyanez mondható el a kitalált hagyományról és az örökségről is), az interneten újra életre kel, bizonyos értelemben visszanyeri variabilitását.

A Braudel-féle időtartam-felosztásnál (lásd Braudel 1972 [1958]: 988–1012) maradvá a világhálón leggyakrabban a rövid időtartam, az események ideje tapasztalható meg. Hogy ezt jobban megértsük, vissza kell lépnünk egyet. A szerző a rövid időtartamot mintegy a hosszú időtartam ellentétpárjaként alkotta meg, és a szerző ez utóbbit tartja a történetírói munka szempontjából fontosabbnak. Értelmezésében a hosszú időtartam nem az időszak hosszúságának, hanem a fejlődés ütemének a mértékét jelenti, és a nyugaltság jellemzi. A minket körülvevő táj/természeti környezet és az ember kapcsolatát tárja fel, mely az évszázadok alatt csak igen lassan változott. Ezzel szemben a rövid időtartam a „kavargó felszín,” az események ideje, melyet gyorsaság, változékonyság és lüktetés jellemez. A rövid időtartam

az egyénekkel, az egyének által átélt élményekkel foglalkozik, nemcsak rövid (idő)léptéket jelent, hanem az idő (történelem/hagyomány) szétforgácsolódását, ahol nagy szerepe van a véletleneknek is. Mikor azt állítjuk tehát, hogy a világháló rövid időtartam felől vizsgálható, nemcsak arra gondolunk, hogy a világhálóra feltöltött tartalmak többsége az egyénről, annak élményeiről és pillanatnyi hangulatáról tanúskodik, hanem arra is, hogy ezek gyorsan és véletlenszerűen mozognak: feltűnnek, rövid időn belül nagy népszerűségnek örvendenek, majd ugyanolyan hirtelen el is évülnek és/vagy kitörlődnek. Ugyanakkor, mivel ez a felszínhez közeli rétegben játszódik le, a legtöbb esetben el is rejti szemünk elől mindazt, ami a múltból észrevétlenül és változatlanul átöröklődik, ami a kultúrát leginkább jellemzi, egy szóval mindazt, ami a mélyrétegben (struktúra) játszódik le.

### Néphagyományok az interneten. Tartalmak, attitűdök és funkciók

Miért van a népi kultúrának (a hagyománynak) az internet korszakában és az internet közegében is divatja? Nincs itt valami ellentmondás? Nincs, ugyanis a változások felgyorsulásához kompenzációként lassulások kapcsolódnak, a globalizációt a regionalizációk és individualizációk kompenzálják. Az innováció kultúrájához hozzákapcsolódik a megőrzés kultúrája (Marquard 2001: 11).

A 20. század folyamán látványosan megnőtt a *lokális regiszterek* szerepe (Keszeg 2009: 124).<sup>20</sup> Mivel nemcsak társadalmi csoportonként vagy kultúrszintenként, hanem korszakonként is más-más médiumok válnak a mindennapok szervezésének, az önkifejezésnek és a (meg) emlékezésnek az eszközévé, a század utolsó évtizedének második felétől ezen a téren is változást hoz a technológia fejlődése: az egyes közigazgatási egységek, települési, kistérségi társulások, hagyományörző egyesületek honlapjai, tematikus blogok és más, a fentiekhez hasonló internetes oldalak is szerepet kapnak a lokális történelem és a néphagyományok számon tartásában, az erre vonatkozó tudás kommunikálásában és archiválásában (hogy a különböző, a hagyományok megőrzésével és/vagy kutatásával foglalkozó helyi, regionális vagy országos intézményeket ne is említsük). Ugyanakkor a technológiai fejlődés eredményeként mára felnőtt egy olyan nemzedék, mely a néphagyományokkal kapcsolatos információkat (is) elsősorban nem a szülőktől és nagyszülőktől, nem is (tan)könyvekből, hanem az internetről szerzi be.

Kihez szól tehát a világhálóra feltöltött néphagyomány? Keszeg Vilmos gondolatmenetére támaszkodva (lásd Keszeg 2011: 40) azt mondhatjuk, hogy annak, akiről szól, aki megalkotta és használja, aki a világhálóra feltöltötte, aki egy böngésző segítségével megkeresi, elolvassa, meghallgatja, megnézi, letölti. Egy (virtuális) közösségé, egy korszaké. Illetve senkié sem.

Milyen néphagyomány jelenik meg a világhálón és milyen formában? Azok a hagyományos kultúrával kapcsolatos tartalmak, melyek a világhálón megjelennek és széles körben elérhetővé válnak, elsősorban négy irányból érkeznek: a tudományos kutatás, a közzsféra, a vállalkozói szféra és a felhasználók felől. A néprajzi múzeumok és egyéb, a néphagyományok kutatásával és őrzésével foglalkozó intézmények honlapjai mellett a helyi önkormányzatokén és kistérségi társulásokén, valamint a turisztikai oldalakon, illetve blogokon, fóru-

20 A regiszterek a történetek és a történetmondás számára a nyilvánosság intézményeiként működnek, amelyek a társadalmi érintkezést, a véleménycserét, a történetek tárolását és forgalmazását teszik lehetővé (Keszeg 2009: 124).

mokon, hírportálokon és különböző tudástárakban (pl. Wikipedia) fájlmegosztó oldalakon (pl. YouTube) jelennek meg ilyen tartalmak.

A múzeumok, kutatóközpontok és tudományos társaságok internetes oldalai a tudományos diskurzus és a kutatási eredmények új környezetben való megjelenítését szolgálják, az intézmény népszerűségének növelését hivatottak erősíteni. Emellett a digitális adatbankok (pl. Erdélyben az Adatbank. Erdélyi Magyar Elektronikus Könyvtár<sup>21</sup> vagy a Digitális Balladatár<sup>22</sup>) és könyvtárak hozzájárulnak a tudományos eredmények gyors – elvileg a térbeli korlátoktól mentes – terjesztéséhez. Ezekben az esetekben azonban még az előző korszakban kidolgozott ellenőrző mechanizmusok uralkodnak, és csupán a megjelenítés eszköztára, a médium tekintetében beszélhetünk újtásról. Ugyanakkor a felhasználók túlnyomó része is olyan személy, aki a néphagyományokról ezeken a helyeken olvasható információk iránt szakmájából adódóan és tudományos szempontok alapján érdeklődik.

Más a helyzet azonban a többi esetben. Az egyes települések, közigazgatási egységek vagy kistérségek honlapján a néphagyományokról való beszédnek teljesen más funkciója van. A *kik vagyunk mi* kérdésre nem csak a helyi specifikumok felsorolásával válaszolnak, hanem fényképek, rövidfilmek, térképek egész sorát vetik be, ami végső soron szintén az öndefiníció, az identitás megalkotásában kap szerepet. Az első írásos emlékek felelegetése mellett a néphagyományok bemutatása is azáltal jut fontos szerephez, hogy az „őshonosság” bizonyításában az idő, a minél messzebbre visszavethető múlt szimbolikus birtokbavételére kerül sor.

Ezeknek a honlapoknak az esetében csak igen ritkán történik meg, hogy egy-egy helyi népszokás részletesebben bemutatásra kerül. A legtöbb esetben pontokba szedett, felsorolásszerű leírásokkal, ha úgy tetszik, *hagyománylistákkal* találkozhatunk. Emellett gyakori a néphagyományoknak csak képi megjelenítése is; a képeken leggyakrabban a hagyományos népi építészet emlékei, a népviselet, egyes népszokások, hagyományőrző rendezvények és kézműves termékek jelennek meg. Számos esetben ezek a hagyományok a *helyi nevezetességek* vagy a *látnivalók* között kerülnek megemlítésre, a kultúra olyan elemeiként, amelyek fontos szerepet játszhatnak a térség turisztikai forgalmának fellendítésében. Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy a hiperlinkek használata szinte teljes egészében hiányzik.

Ugyanez a technika és ugyanez a hagyományszemlélet figyelhető meg a turisztikai célállomások népszerűsítő honlapok esetében is. A népi hagyomány itt is elsősorban mint „látnivaló”, mint egzotikum jelenik meg, ami a témaválasztást (tartalom) és a nyelvezetet egyaránt erősen behatárolja. A honlapok elsősorban a hagyományos ételek, az épített örökség, a köztérben zajló dramatikus népszokások, a folklórfesztiválok, helyi néprajzi gyűjtemények (múzeumok) és néhány – főleg Orbán Balázs, Benedek Elek és mások nyomán ismertté vált – helyi monda bemutatására szorítkoznak. A hagyománykonceptió alakításában itt a gazdasági érdek játszik fontos szerepet. Ebben a kontextusban nem a pontos, részletes és szakszerű leírás jellemző, hanem elsősorban a 19. századi nagyok (lásd Orbán Balázs) vagy a helyi specialisták hagyományőrző munkájának eredményeire támaszkodó nosztalgikus hangnem és szemlélet, amelyre jellemző a már említett ősiség hangoztatása. Bár a legtöbb esetben nem a megfelelő szakmai tudással rendelkező személy (néprajzkutató) a közzétett hagyományok kurátora (közzétévője és a honlapok felügyelője), a tartalom közzététele azért felülről szabályozott: a települések, községek és kistérségek honlapjai esetében a helyi elit, a

21 <http://adatbank.transindex.ro/>

22 <http://www.kjnt.ro/balladatar/>

turisztikai honlapok esetében pedig a cég kommunikációs szakembere dönti el, hogy milyen hagyományok, és azok milyen formában kerüljenek fel az internetre, miközben konkrét célok és elképzelt felhasználótípusok lebegnek a szeme előtt.

A blogok, fórumok és fájlmegosztó oldalak esetében ilyen jellegű szabályozásról már nincs szó. Mivel ezekben az esetekben „a szolgáltató csak a kontextust biztosítja” (lásd Szűts 2013: 60), gyakorlatilag egyenlő eséllyel indul az elismert szakember és az egyszerű másoló is (Szűts 2013: 55). A felhasználó, átugorva az ellenőrzés hagyományos mechanizmusait, egyszerre válik olvasóból szerzővé és kiadóvá (Szűts 2013: 147). A tartalmak szerzői itt nem valamilyen célközönség számára, hanem saját maguk szórakoztatására tesznek közzé tartalmakat, és a felhasználók is elsősorban a szabadidős tevékenység részeként fogyasztják azokat. A megjelenített tartalmak leginkább a néphagyományokról szóló kortárs közbeszéd alulnézetét adják. Egyrészt arról szólnak, hogy a tartalom szerzője milyen, általa hagyományosnak gondolt eseményeken vett részt, másrészt pedig arról, hogy ezeket az eseményeket hogyan élték meg, hogyan látták. Ugyanakkor jellemző, hogy a vizuális reprezentációk (film, fénykép) túlsúlyba kerülnek a leírásokkal szemben.

Szűts Zoltán a felhasználókat viselkedésük alapján három csoportba sorolja: 1. együttműködő *wiki polgárok*, akiknek a mű létrehozása a célja; 2. *vandalok*, akik a tartalmak rongálására, más felhasználók provokálására törekednek, és 3. *hackerek és spammerek*, akik valamilyen termék népszerűsítésére törekszenek (lásd Szűts 2013: 103). Csepeli György és Prazsák Gergő könyvükben pedig *eternalistákat* (ők hitelesítik az információt), *hálózati vállalkozókat* (hozzájuk futnak be és tőlük mennek ki az információk) és *kurátorokat* (ők közvetítenek a két másik csoport között) különböztetnek meg (Csepeli és Prazsák 2010: 38). A technológiai kapcsolati szempontú igénybevétele szerint megkülönböztetnek *kontaktokratákat*, *levelezőket*, *beszélgetőket* és *kontaktproletárokat* (Csepeli és Prazsák 2010: 54). Az interneten folytatott tevékenység alapján pedig *rejtőzködőket*, *informálódókat*, *tanulókat*, *befogadókat* és *extenzív felhasználókat* különítenek el (Csepeli és Prazsák 2010: 79–81). Az interneten elérhető néphagyományok szerzői és felhasználói szintén ezek közül kerülnek ki.

### További észrevételek

Amikor megtörténik a néphagyomány örökségesítése, ez a megőrzés és használat jogi szabályozásának szükségességét is maga után vonja. Ezek a szabályok azonban az új média közegeiben megjelenő reprezentációkkal szemben gyengének bizonyulnak. A néphagyományok bemutatására ebben a közegben sokan sokféle szándékkal vállalkoznak, és ezeknek az információknak a felhasználása szintén sokféle lehet. „A közeg ugyanis (...) gyakran teljesen eltérő értékek mentén szerveződve, végtelen sok egyéni, gyakran egymásnak ellentmondó változatban reprezentálja az emberi kultúra egészét” (lásd Szűts 2013: 142). Ennek tudható be, hogy a világhálón megjelenő tartalom – esetünkben a néphagyomány – aluszabályozottsága nemcsak lehetőségeket, de tévutakat is rejt, és ebből fakad a digitálisan rögzített hagyomány *súlytalansága* is (lásd Szűts 2013: 143).<sup>23</sup>

23 A súlytalanságérzés másrészt abból is ered, hogy ezek a hagyományok digitális létezésükből adódóan nem rendelkeznek testtel (Szűts 2013: 153).

A világhálón egy-egy település vagy régió néphagyományainak bemutatása esetében nehéz megmondani, hogy még élő hagyományról van-e szó, vagy olyanról, ami már csak az emlékezetben él, netán csak az archívumokban, kötetekben lelhető fel. Sok esetben még az is kétes, hogy ténylegesen az éppen szóban forgó településre, régióra jellemző, helyi hagyományról „olvashatunk”, vagy csupán átvétellel, „importáruval” – végső soron kitalált hagyománnyal – van dolgunk, amit a szerző azért írt le, mert éppen „kéznél volt”, mert éppen ezekről a hagyományokról volt tudomása, felhasználható anyaga. Emellett olyan esetekkel találkozhatunk, amikor a világhálón elérhető hagyományreprezentációk se helyhez, se korszakhoz, se társadalmi csoporthoz nem kötöttek.

A média korábban is jelentős szerepet kapott a *reprezentatív néphagyomány* kialakításában, popularizálásában. Az új média ezt csak még inkább felerősítette, illetve újabb generációkat, társadalmi csoportokat vont be ennek termelésébe, fogyasztásába.

A digitalizált (digitális médiában megjelenő) néphagyomány a kulturális és nem a kollektív memória része, nem organikus hagyomány, és mint ilyen, csupán kommemoratív és nem normatív funkcióval rendelkezik: a mindennapok szervezésében nem, csak a helyi identitás kialakításában és fenntartásában, valamint a szabadidő kitöltésében van szerepe. A digitalizáció révén a néphagyományok nemcsak kiszakadnak az őket működtető primer környezetükből, de a primer (fel)használóktól is nagyon távol kerül(het)nek.

A hagyomány áthelyezése ebbe az új környezetbe más jelentések és funkciók megjelenését vonja maga után. A vajdaszentiványi néptánc például a világhálóra kerülve a világon szinte bárki számára elérhetővé, megtanulhatóvá válik. Így a néphagyomány, ami a saját elsődleges kontextusában azzal a céllal jött létre, hogy a közösség számára konkrét helyzeteket oldjon meg, az új környezetben a szórakozást szolgálja, használata (böngészés) a szabadidős tevékenységek részévé válik. A hagyománynak a mindennapi élet (a munka) működését garantáló normaszerepét háttérbe szorítja az ünnep, a szabadidő kitöltését a szórakozást garantáló eszközszerep.

Másrészt, a világháló természetéből adódóan, a hagyományokról készített szubjektív reprezentációk és interpretációk (is) válnak a kulturális emlékezet részévé. A hagyományok digitalizálása az emlékek kihelyezésének (Assmann) egy új formája, az egyes internetes oldalak virtuális emlékhelyekké (Nora) és az örökségalkotás virtuális színtereivé válnak. Ha az 1960-as években a helyi tanítónak problémát jelentett az, hogy milyen a vajdaszentiványi viselet, ma ez a kérdés nagyon leegyszerűsödött: a vajdaszentiványi viselet az, amit a helyi tánc csoport hord, melyről az interneten is számos kép található, s melyet ezeknek a képi reprezentációknak az alapján több olyan Maros megyei tánc csoport is elkészítettett magának, amely megtanulta a vajdaszentiványi táncrendet. A hagyományok továbbadásában tehát a kollektív memória helyét a digitális memória veszi át. A hagyomány fenntartója és továbbadója itt már nem az egyén/közösség, hanem egy hálózat, egy gép (vö. Szűts 2013: 50).

A néphagyomány áthelyezése ebbe az új környezetbe nemcsak más jelentések és funkciók megjelenését vonja maga után, hanem a használat rutinjai is módosulnak. Ennek a másfajta használatnak a kulcsszavai a *keres*, *mentés*, *mentés másként*, *letöltés*, *továbbítás*, *lajkolás*, *megosztás* és esetenként a *törlés* válnak. Ekként az interneten való böngészés egyrészt mint

utazás<sup>24</sup> vagy nyomozás (lásd Szűts 2013: 69), másrészt mint (meg)emlékezési szertartás értelmezhető. Az internetes oldal (honlap) pedig mint köztér, alternatív nyilvánosság, emlékhely és emlékezési alakzat értékelhető. Bár az is igaz, hogy a digitális környezetben a felfedezés öröme úgy valósul meg, hogy közben az olvasás aktusából kimarad az elmélyülés (Szűts 2013: 69). A számítógép minden élethelyzetbe való beépülésének következtében ugyanis a felhasználó egyre türelmetlenebbé válik, egyre gyorsabban fogyasztja a tartalmakat (Szűts 2013: 75, 143).

A néphagyomány megjelenítése ebben a médiumban felszínessé és konfúzzá válik. Az igazi értékek egyazon kontextusban jelennek meg a giccsel, a bővlival és a hamisítvánnyal. A világhálón keresztül közvetített népi kultúráról készült reprezentációk ezért számos tekintetben jelentésdeficiteseek. A hagyomány és a hagyományos fogalma parttalanná válik, szinte bármire ráerőltet(het)ik. Mindez jórészt az aktuális közéleti szereplőknek és a félreértelmezett hagyományturizmusnak (etnobiznisznek) az eredménye.

A néphagyományoknak a világhálón való megjelenítése a hagyományőrzés és az örökségesítés egyik formája. A néphagyományok digitalizálásának és interneten való megjelenítésének ezért nemcsak az *informatív* (közlő) és a *depozitív* (megőrző), hanem a *performatív* funkciója is igen fontos. Már a digitalizálás vagy a megosztás maga örökségesítő tevékenységet jelent.

Az archívumokhoz hasonlóan az interneten is zajlik a múlt és a néphagyomány domesztikációja, de emellett ezek merkantilizálódására is sor kerül. Az új média közegében zajló hagyományhasználat, hagyományőrzés és örökségképzés kontextusát a szabadidős tevékenységek és az örökségiparra épülő turizmus képezi. Ez a hagyományőrzés azonban egyszerre több irányból indul és több irányba tart. Sem a néphagyomány digitalizálóinak (multimédiás környezetbe való áthelyezőinek), sem felhasználóinak nincsenek kidolgozott stratégiáik a digitalizált hagyomány használatára nézve. Mind a megjelenítés, mind a keresés esetleges jelleggel bír. A hagyomány digitalizálásának és a világhálón való megjelenítésének specialistái még csak most kezdenek kialakulni. A világháló adta kontextus funkcióit, a linkelést, valamint az olvasóknak a tudástermelés folyamatába való bekapcsolódása lehetőségét (lásd Szűts 2013: 13) a népi kultúra digitalizálásában érintett auktorok még csak részlegesen használják ki. A felhasználóknak csupán a töredéke használja a világhálót a néphagyományokkal kapcsolatos tudományos információ keresésére, a többség más intenciók mentén keres rá a néphagyományokra.

Végül további két kérdés is adódik: egyrészt ki az, aki méltó a néphagyományok digitalizálására és az online környezetbe való kihelyezésére? Másrészt ki szavatolja ezeknek a hagyományoknak a hitelességét? A könyvek, archívumok esetében a néprajzkutató az, aki státusa és tudása, illetve jelenléte révén (lásd résztvevő megfigyelés) biztosítja azt, hogy minden, ami

---

24 Míg Orbán Balázs a Székelyföld megismerése érdekében beutazta a székely településeket és a régió bemutatásának vezérfonalát is az általa bejárt útvonalak képezték, addig az internetfelhasználó a virtuális térben a hiperlinkek segítségével teszi meg ugyanezt; aki, ha történetesen úgy dönt, hogy az így megismert helyeket, történeteket, hagyományokat az offline világban is meg akarja tapasztalni, akkor már előre elkészített mintázatok (útvonalak és látnivalók) alapján teszi ezt. A felfedezés, a tapasztalat ebben az esetben az online, és nem az offline világban jön létre.

a kötetben vagy a cédulán olvasható, a népelet hiteles reprezentációja. Az interneten megjelenített néphagyományok hitelességét azonban ritkán szavatolják hasonló módon szakemberek. Mivel a szerzők kilétét legtöbb esetben homály fedi, ez az „olvasót”, a felhasználót bizonytalanságban hagyja arra vonatkozóan, hogy a részvétel értő részvételnek tekinthető-e. Természetesen a „könyvekbe zárt” hagyományok esetében is feltűntek „betolakodók” (lásd Vajda 2007: 9–32), akik naiv vagy egyenesen áltudományos magyarázatokkal szolgáltak a néphagyományokat illetően, azonban ezek száma relatív alacsony és munkáik olyan kiadók-nál jelentek meg és olyan tipográfiai nyelven, amelyek eleve jelzik azt, hogy nem tudományos munkáról van szó. Ezzel szemben az internet demokratikus világában nincs, vagy kevés olyan fogódzó áll az olvasó rendelkezésére, ami alapján elválasztható egymástól a releváns és irreleváns információ. Az irreleváns információk számbeli növekedéséről nem is beszélve.

### Következtetések

1. A hagyományörzés és a modern technika nem zárja ki egymást. Sőt bizonyos értelemben a technikai fejlődés által létrehozott online szolgáltatás újabb lendületet is adhat a hagyományápolásnak.

2. Az interneten megjelenített hagyomány azonban sokkal sérülékenyebb, mint a könyvekben vagy archívumokban tárolt, esetleg helyben megőrzött változat (örökség). Visszakeresése esetleges. Tárolása ideiglenes és nem hagy nyomot, ha a honlap, amelyen megjelenítésre került, megszűnik.

3. A néphagyomány, a világhálóra kerülve, az újmédia közegében is képes megújulni. A világhálón megjelenő néphagyományok felhasználásának olyan módozata is lehetséges, amelynek során a világhálón található információk válnak a hagyomány felelevenítésének forrásává, kiindulópontjává.

### Hivatkozott irodalom

- Aronsson, Peter és Lizette Gradén (2013): Introduction. Performing Nordic Heritage – Institutional Preservation and Popular Practices. In *Performing Nordic Heritage. Everyday Practices and Institutional Culture*. Peter Aronsson és Lizette Gradén (szerk.). Farnham – Burlington: Ashgate Publishing, 1–26.
- Assmann, Aleida (1997): Fluchten aus der Geschichte. Die Wiedererfindung von Tradition vom 18. bis zum 20. Jahrhundert. In *Historische Sinnbildung*. Klaus E. Müller és Jörn Rüsen (szerk.). Hamburg: Rohwolt, 608–625.
- Assmann, Jan (1999 [1992]): *A kulturális emlékezés. Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban*. Budapest: Atlantisz.
- Assmann, Jan (2008 [2000]): *Uralom és üdvösség. Politikai teológia az ókori Egyiptomban, Izraelben és Európában*. Budapest: Atlantisz.
- Bausinger, Hermann (1983 [1982]): A folklorizmus fogalmához. *Ethnographia* 94(3): 434–440.
- Bausinger, Hermann (1995 [1961]): *Népi kultúra a technika korszakában*. Budapest: Osiris – Századvég.
- Bendix, Regina F., Aditya Eggert és Arnika Peselmann (szerk.) (2012): *Heritage Regimes and the State*. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.
- Bíró Zoltán (1987): Egy új szempont esélyei. In *Néphagyományok új környezetben. Tanulmányok a folklorizmus köréből*. Bíró Zoltán, Gagyí József és Péntek János (szerk.). Bukarest: Kriterion, 26–48.
- Bíró Zoltán, Gagyí József és Péntek János (szerk.) (1987): *Néphagyományok új környezetben. Tanulmányok a folklorizmus köréből*. Bukarest: Kriterion.
- Blank, Trevor J. (szerk.) (2009): *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*. Logan: Utah State University Press.



- Braudel, Fernand (1972 [1958]): A történelem és a társadalomtudományok: a hosszú időtartam. *Századok* 106(4–5): 988–1012.
- Chartier, Roger (1994): *The Order of Books. Readers, Authors, and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries*. Stanford, Cal.: Stanford University Press.
- Connerton, Paul (1997): Megemlékezési szertartások. In *Politikai antropológia*. Zentai Violetta (szerk.). Budapest: Osiris – Láthatatlan Kollégium, 64–82.
- Craith, Máiréad Nic (2012): (Un)common European Heritage(s). *Traditiones* (Ljubljana) 41(2): 11–28.
- Csepeli György és Prazsák Gergő (2010): *Örök visszatérés? Társadalom az információs korban*. Budapest: Jászöveg.
- Dawson, Bruce (2005): „Why are You Protecting this Crap?”. *Perceptions of Value for an Invented Heritage – A Saskatchewan Perspective*. (Előadás.) Interneten: <http://carleton.ca/canadianstudies/wp-content/uploads/Bruce-Dawson-final-paper-20052.pdf> (letöltve: 2014. január 30.).
- DeLanda, Manuel (2006): *A New Philosophy of Society. Assemblage Theory and Social Complexity*. London: Continuum.
- Deleuze, Gilles és Félix Guattari (2002): „Rizóma.” In *A posztmodern irodalomtudomány kialakulása. A posztstrukturáliszmustól a posztkolonialitáshoz*. Bókay Antal, Vilcsik Béla, Szamosi Gertrud és Sári László (szerk.). Budapest: Osiris, 70–86.
- Derrida, Jacques (2008 [1995]): Az archívum kínzó vágya. Freud impresszió. In *Az archívum kínzó vágya – Archivumok morálisa*. Jacques Derrida és Wolfgang Ernst. Budapest: Kijarat, 7–104.
- Dundes, Alan (1956): What is Folklore? In *The Study of Folklore*. Alan Dundes (szerk.). Englewood Cliffs N. J.: Prentice-Hall, 1–3.
- Erdősi Péter (2000): A kulturális örökség meghatározásának kísérletei Magyarországon. *Régió* 11(4): 26–44.
- Falser, Michael és Monica Juneja (2013): ‘Archaeologizing’ Heritage and Transcultural Entanglements. An Introduction. In *‘Archaeologizing’ Heritage? Transcultural Entanglements Between Local Social Practices and Global Virtual Realities*. Heidelberg – New York – Dordrecht – London: Springer, 1–18.
- Fejős Zoltán (1996): Kollektív emlékezet és az etnikai identitás megszerkesztése. In *Magyarságkutatás 1995–96*. Diószegi László (szerk.). Budapest: Teleki László Alapítvány, 125–142.
- Fejős Zoltán (2005): Néprajz, antropológia – kulturális örökség és az emlékezet kategóriái. *Iskolakultúra* 15(3): 41–48. Interneten: [http://epa.oszk.hu/00000/00011/00091/pdf/iskolakultura\\_EPA00011\\_2005\\_03\\_041-048.pdf](http://epa.oszk.hu/00000/00011/00091/pdf/iskolakultura_EPA00011_2005_03_041-048.pdf)
- Foucault, Michael (2001 [1969]): *A tudás archeológiája*. Budapest: Atlantisz.
- Frazon Zsófia (2010): Szellemi kulturális örökségünk: miről gondoljuk, hogy az, és miről nem? *Magyar Múzeumok*. Interneten: [http://www.magyarmuzeumok.hu/tema/144\\_szellemi\\_kulturalis\\_oroksegunk\\_mirol\\_gondoljuk\\_hogy\\_az\\_es\\_mirol\\_nem](http://www.magyarmuzeumok.hu/tema/144_szellemi_kulturalis_oroksegunk_mirol_gondoljuk_hogy_az_es_mirol_nem) (letöltve: 2013. január 15.).
- Gagyai József (2008): *Örökség és közkapcsolatok* (PR). Kolozsvár: Scientia.
- Guszev, Viktor Evgenjevich (1983): A folklórizmus tipológiája. *Ethnographia* 94(3): 440–442.
- György Péter, Kiss Barbara és Monok István (szerk.) (2005): *Kulturális örökség – társadalmi képzelet*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Hartog, François (2006 [2002]): *A történetiség rendjei. Prezentizmus és időtapasztalat*. Budapest: L’Harmattan – Atelier.
- Hermann Veronika (2010): Törj be a szakrális térbe! Archívum és reprezentáció a múzeumban. *Magyar Múzeumok*. Interneten: <http://www.magyarmuzeumok.hu/tema/index.php?IDNW=751> (letöltve: 2011. május 13.).
- Hobsbawm, Eric (1983): Introduction. Inventing Traditions. In *The Invention of Tradition*. Eric Hobsbawm és Terence Ranger (szerk.). Cambridge – New York – New Rochelle – Melbourne – Sydney: Cambridge University Press, 1–14.
- Hobsbawm, Eric (1987 [1983]): Tömeges hagyományteremtés. Európa 1870–1914. In *Hagyomány és hagyományalkotás. Tanulmánygyűjtemény. Kultúraelmélet és nemzeti kultúrák 1*. Hofer Tamás és Niedermüller Péter (szerk.). Budapest: MTA Néprajzi Kutatócsoport, 127–197.
- Hofer Tamás (1994): Népi kultúra, populáris kultúra. Fogalomtörténeti megjegyzések. In *Parasztkultúra, populáris kultúra és a központi irányítás*. Kisbán Eszter (szerk.) Budapest: MTA Néprajzi Kutatóintézet, 233–247.
- Hofer Tamás és Niedermüller Péter (szerk.) (1987): *Hagyomány és hagyományalkotás. Tanulmánygyűjtemény. Kultúraelmélet és nemzeti kultúrák 1*. Budapest: MTA Néprajzi Kutatócsoport.
- Hoppál Mihály (1982): Parttalan Folklor? A rejtett tudás antropológiája. *Korunk* 41(5): 330–336.
- Husz Mária (2006): A kulturális örökség társadalmi dimenziói. *Tudásmenedzsment* 7(2): 61–67.
- Ioannides, Marinos és Ewald Quak (szerk.) (2014): *3D Research Challenges in Cultural Heritage. A Roadmap in Digital Heritage Preservation*. Berlin – Heidelberg: Springer.
- Jákó Zsigmond (1977): *Írás, könyv értelmiség*. Bukarest: Kriterion.
- Karnooch, Claude (1983): A folklór felhasználásáról, avagy a „folklórizmus” átváltozásairól. *Ethnographia* 94(3): 442–447.

- Keszeg Vilmos (1995): A romániai magyar folklórkutatás öt évtizede (1944–1994). *Erdélyi Múzeum* 57(3–4): 99–111.
- Keszeg Vilmos (2004): A rontás és gyógyítás mint irodalmi trópus. In *Áldás, átok, csoda és boszorkányság*. Pócs Éva (szerk.). Budapest: Balassi, 436–467.
- Keszeg Vilmos (2005): Az etnográfiai leírás mint olvasmány a helyi társadalomban. In *Folklor és irodalom*. Szemerkényi Ágnes (szerk.). Budapest: Akadémiai Kiadó, 315–339.
- Keszeg Vilmos (2008): *Alfabetizáció, írásszokások, populáris írásbeliség*. (Néprajzi egyetemi jegyzetek 3.) Kolozsvár: Kriza János Néprajzi Társaság – BBTE Magyar Néprajz és Antropológia Tanszék.
- Keszeg Vilmos (2009): 20. századi életpályák és élettörténetek. In *Átjárók. A magyar néprajztól az európai etnológiáig és a kulturális antropológiáig*. Vargyas Gábor (szerk.). Budapest: L'Harmattan – PTE Néprajz-Kulturális Antropológia Tanszék, 95–133.
- Keszeg Vilmos (2011): *A történetmondás antropológiája*. (Néprajzi egyetemi jegyzetek 7.) Kolozsvár: Kriza János Néprajzi Társaság – BBTE Magyar Néprajz és Antropológia Tanszék.
- Keszeg Vilmos (2014): Tradition, patrimoine, société, mémoire. In *À qui appartient la traditions? / Who owns the tradition?* Keszeg Vilmos (szerk.). Cluj-Napoca: Erdélyi Múzeum Egyesület, 7–15.
- Keszeg Vilmos (2015): *Nem írunk többet kézzel? Fordulópontokhoz érkezett az írás története*. Transindex (kérdézet: Gál László). Interneten: <http://eletmod.transindex.ro/?cikk=24904> (letöltve: 2015. január 22.).
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (1995): Theorizing Heritage. *Ethnomusicology* 39(3): 367–380.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (2004): Intangible Heritage as Metacultural Production. *Museum International* 56(1–2): 52–65.
- Lottman, Jurij (1994): A szűzés eredete tipológiai aspektusból. In *Kultúra, szöveg, narráció. Orosz elméletirők tanulmányai*. Kovács Árpád és V. Gilbert Edit (szerk.). Pécs: JPTE, 82–118.
- Lyth, Peter (2006): *Selling History in an Age of Industrial Decline. Heritage Tourism in Robin Hood County* (konferencia-előadás, XIV International Economic History Congress, Helsinki, 2006. 08. 21–26.), 1–17. Interneten: <http://www.helsinki.fi/iehc2006/papers2/lyth.pdf> (letöltve: 2014. január 30.).
- Marquard, Odo (2001): *Az egyetemes történelem és más mesék*. Budapest: Atlantisz.
- McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media. The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Miklós-völgyi Zsolt (2008) Az an/archívum logikája. *KuK – Kultúra & Kritika*. Interneten: <http://kuk.btk.ppke.hu/content/az-anarch%C3%ADvum-logik%C3%A1ja> (letöltve: 2011. május 13.).
- Mohay Tamás (1997): Hagyomány és hagyományteremtés a csíksomlyói búcsún. In *Népi vallásosság a Kárpát-medencében II*. S. Lackovits Emőke (szerk.). Veszprém – Debrecen: Veszprém Megyei Múzeumi Igazgatóság, 130–148.
- Nora, Pierre (2006): Küldetés és kihívás: a levéltár a mai társadalomban. *Levéltári Szemle*, 56(1): 4–6.
- Nora, Pierre (2010): *Emlékezet és történelem között*. Budapest: Napvilág.
- Noyes, Dorothy (2009): Tradition. Three Traditions. *Journal of Folklore Research* 46(3): 333–368.
- Nyíri Kristóf (1994a): A hagyomány fogalma a német gondolkodásban. *Politikatudományi Szemle* 3(1): 73–77. Interneten: [http://epa.oszk.hu/02500/02565/00007/pdf/EPA02565\\_poltud\\_szemle\\_1994\\_1\\_073-077.pdf](http://epa.oszk.hu/02500/02565/00007/pdf/EPA02565_poltud_szemle_1994_1_073-077.pdf)
- Nyíri Kristóf (1994b): *A hagyomány filozófiája*. (Alternatívák) Budapest: T-Twist.
- Paládi-Kovács Attila (2004): A nemzeti kulturális örökség fogalma, tárgya. Örökség, hagyomány, néprajz. *Honismeret* 32(2): 1–11.
- Ropolyi László (2006): *Az internet természete. Internetfilozófiai értekezés*. Budapest: Typotex.
- Rowan, Yorke és Uzi Baram (szerk.) (2004): *Marketing Heritage. Archeology and the Consumption of Past*. Walnut Creek – Lanham – New York – Toronto – Oxford: Altamira.
- Shils, Edward (1981): *Tradition*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Sisa József (2001): Az 1896-os ezredéves kiállítás néprajzi faluja és a magyar állam önreprezentációja. *Korunk* (12): 46–50.
- Smith, Laurajane (2004): *Archaeological Theory and the Politics of Cultural Heritage*. London – New York: Routledge.
- Smith, Laurajane (2006): *The Uses of Heritage*. London – New York: Routledge.
- Smith, Laurajane és Natsuko Akagawa (szerk.) (2009): *Intangible Heritage*. London – New York: Routledge.
- Sonkoly Gábor (2000): A kulturális örökség fogalmának értelmezési és alkalmazási szintjei. *Régió* 11(4): 45–66.
- Sonkoly Gábor (2005): Örökség és történelem: az emlékezet technikái. *Iskolakultúra* 15(3): 16–22. Interneten: [http://epa.oszk.hu/00000/00011/00091/pdf/iskolakultura\\_EPA00011\\_2005\\_03\\_016-022.pdf](http://epa.oszk.hu/00000/00011/00091/pdf/iskolakultura_EPA00011_2005_03_016-022.pdf)
- Sonkoly Gábor (2009): Léptékváltás a kulturális örökség kezelésében. *Tabula* 12(2): 199–209.
- Stanley, David J. (2003): *Computers, Visualization and History. How Technology will Transform our Understanding of the Past*. New York – London: M. E. Sharpe Inc – Armonk.

- Știucă, Alexandra Narcisa (2014): Living a Ritual. The Meaning of the Căluș Today. In *A qui appartient la tradition? / Who owns the tradition?* Keszeg Vilmos (szerk.). Cluj-Napoca: Erdélyi Múzeum Egyesület, 42–52.
- Storey, John (2003): *Inventing Popular Culture. From Folklore to Globalization*. Malden – Oxford – Melbourne – Berlin: Blackwell Publishing.
- Szűts Zoltán (2013): *A világháló metaforái. Bevezetés az új média művészetébe*. Budapest: Osiris.
- Takács Tibor (2009): Sancho Panzától az álmok palotájáig: néhány megjegyzés a levéltárról. *Levéltári Szemle* 59(2): 61–68.
- Tauschek, Markus (2011): Reflections on the Metacultural Nature of Intangible Cultural Heritage. *Journal of Ethnology and Folkloristics* 5(2): 49–64.
- Therond, Daniel és Anna Trigona (2008): *Heritage and Beyond*. Strasbourg: Council of Europe.
- Thompson Hajdik, Anna (2009): “You really ought to give Iowa a try”. Tourism, Community Identity, and the Impact of Popular Culture in Iowa. *The Online Journal of Rural Research and Policy* 4(1): 1–20.
- Trevor-Roper, Hugh (1983): The Invention of Tradition. The Highland Tradition of Scotland. In *The Invention of Tradition*. Eric Hobsbawm és Terence Ranger (szerk.). Cambridge – New York – New Rochelle – Melbourne – Sydney: Cambridge University Press, 15–41.
- Tschöfen, Bernard (2012): Heritage – Contemporary Uses of Culture Beyond the Everyday? Challenging Ethnography and Cultural Analysis. *Traditiones* (Ljubljana) 41(2): 29–40.
- Vajda András (2007): Irodalom és tudomány között: egy verses helytörténeti kismonográfia. In *Lenyomatok*. Ilyés Sándor és Jakab Albert Zsolt (szerk.). Kolozsvár: Kriza János Néprajzi Társaság, 9–32.
- Vajda András (2015): A falutörténetek szerzői, forrásai, médiumai és a helyi kultúráról alkotott szemléletük. In *Falutörténetek, lokális történelmek, lokális emlékezet*. Keszeg Vilmos (szerk.). Kolozsvár: Erdélyi Múzeum Egyesület (megjelenés előtt).
- Voigt Vilmos (1970): Vom Neofolklorismus in der Kunst. *Acta Ethnographica Academiae Scientiarum Hungaricae* 19: 401–423.
- Voigt Vilmos (1979): A magyarországi folklorizmus jelen szakaszának kutatási problémái. *Ethnographia* 90(2): 219–236.
- Voigt Vilmos (1987a): A folklór és a folklorizmus határai. In *Modern magyar folklorisztikai tanulmányok*. Voigt Vilmos (szerk.). Debrecen: Kossuth Lajos Tudományegyetem Néprajzi Tanszék, 181–186.
- Voigt Vilmos (1987b): A neofolklorizmus fogalmának körülhatárolása. In *Modern magyar folklorisztikai tanulmányok*. Voigt Vilmos (szerk.). Debrecen: Kossuth Lajos Tudományegyetem Néprajzi Tanszék, 187–194.
- Voigt Vilmos (2007): A hagyomány modern fogalma. In *Hagyomány és modernitás*. Török József (szerk.). Szeged: Csongrád Megyei Közművelődési, Pedagógiai és Sportintézmény, 10–13.
- Weinrich, Herald (2002 [1997]): *Léthe, a felejtés művészete és kritikája*. Budapest: Atlantisz.
- Wolfgang Ernst (2008): Archívumok morajlása. In *Az archívum kínzó vágya – Archívumok morajlása* (Figura 3.) Jacques Derrida és Wolfgang Ernst. Budapest: Kijárat, 105–184.

# Abstracts

## Secure Login: How to Research Online Worlds?

*Judit Farkas and Veronika Lajos: Preface*

The present volume of *Replika* (2015 Vol. 90) focuses on the issues of media usage and Internet research. The applied approaches include varying disciplinary traditions such as cultural anthropology, ethnology, sociology, media and communication studies, as well as linguistics. With all these specific viewpoints, the guesteditors attempt to demonstrate how the diverse interest of Hungarian researchers connect to the specific topic.

*Zsolt Szijártó: Trends and Periods in the Research of Mediaethnography*

Mediaethnography, a research trend which is rather poorly represented in the Hungarian academic life, is in the focus of my study. Mediaethnography, on the one hand, offers the traditional methods and theories of cultural anthropology as possible means to analyze new digital media and internet. On the other hand, the new fields of research and application have a considerable influence on how we think about anthropological recognition categories and methods. Therefore, through presenting the most important authors and books published in the 1980's, the aim of this study is to examine and understand the key problems of mediaethnography.

*Imre Mátyus: A Change of Fields. The Revaluation of Field in Virtual Ethnography*

Since the beginning of the 1990s there has been a growing interest in the social scientific study of the World Wide Web. However it was only after the millennium that the importance of qualitative research methods grew amongst internet studies. The research of online communities and cultural practices resulted in changes not only in the sphere of internet studies but also in the traditional framework of methodological terminology. The introduction of virtual ethnography for example brought forth questions not only about how we can write ethnography online but also what we should conceive as the *field* of research. The following

article aims to provide a short overview on the characteristics of the virtual field and its distinctive features from the „traditional”, materially defined field. Furthermore the text summarises some of the most important points made by virtual ethnography with a focus on the notion of the *field*. Though its scope is limited and cannot provide a thorough account on the latest changes in tendencies in producing ethnographies online, the article tries to make up for the hiatus of Hungarian articles dealing with this specific field of research.

*Károly Zsolt Nagy: A Path in the Jungle*

One of the peculiarities of ethnography is that it relatively quickly integrates all the new technological innovations that make the capturing, interpretation and sharing of the complexity of the field experience easier and more efficient. Thanks to these integrating processes, by now there is a separate methodology for the ethnographic research of a variety of fields from the media to the cyberspace. The theoretical background of these methodologies is many times of varying standards and level of elaboration; while cyber-ethnography can rely on a professional literature significant both in size and quality, we can hardly find any literature on the ethnographic application of hypertextuality. Even what we can find is more of a “tutorial” than a theory. There is an even more compelling lack of such texts, which would try to elucidate these methods and theories, and bring them under a common horizon, or just raise the possibility of doing this. This is what I attempt to undertake in my study. I try to conceptualize a possible interpretational framework in which these theories and methods can be evolved. My train of thoughts covers a collection of considerable works, from Margaret Mead’s and Gregory Bateson’s in the 1940’s to the experiments of Luke Eric Lassiter, and focuses the concept of collaboration.

*László Koppány Csáji: Miracle, Journey to the Hell and the Digital Divide. Legitimation Techniques of a New Religious Movement Inside and Outside its Cyber Space Discourses*

In the last four years I have conducted fieldwork – online ethnography (cyber anthropology) and offline participant observation as well – among a new religious movement, which has been constructed around a folk-prophet, Dénes Péter (from Transylvania) from 2008, and became a sparse network community in the Carpathian-basin. I examine what the differences are between cyber and real space legitimation techniques (narratives and values). It seems that the effect of internet contents is twofold: it can cause a feeling of homogenization, while it also polarize the readers (both inside and outside of the group). It can be conceived as a threshold between the inquisitive and the susceptible visitors. Cyber context lets know the deeper secrets later, so without shocking new visitors too much. In the offline world there are more or less different discourse-content: the importance of narratives and values have other scatter and stress. Although both the online and offline communication contains inside and outside interactions, the façade of the community shows significant discrepancy in these different spaces. Cyber and real space can be divided only relatively, even though they form different spheres out of their discourse space. On the web the group stresses the legitimation, and less the message. Some important narratives are missing (or they are imponderable) in the cyber space: e.g. the healing and cure with praying, travelling to the other worlds (Heaven, Hell) and distant planets. Other legitimation techniques are overrepresented in the cyber space:

walking on fire, miracle, sermon and benediction. The heterogeneity and dynamism of the discourse is hardly perceptible exclusively from the web. At the conclusion, I use a critical aspect of the “from-above” analysis methods (CDA, TODA), and show the possibilities and frames of discourse analysis on the base of the anthropological fieldwork (“from beneath” aspect).

*Ágnes Vásárhelyi: Do I(nterne)t Yourself – The Hungarian Hardcore Punk and the Virtual Space*

Since hardcore punk is one of the subcultures that emerged before the triumphal march of the Internet, the possibilities offered by the virtual space are not included neither in its original ethos (which attributes a great significance to underground organization, personal presence and subcultural identity as a collective experience) nor among its original practices. Despite the fact that some of the discourses about the connection between the use of the Internet and the authenticity still indicate that the use of the web for subcultural purposes is in some respects inconsistent with the hardcore punk ethos, by the beginning of the 21st century the Internet has worldwide become an essential part of the participants’ everyday lives and an almost indispensable virtual extension of hardcore punk scenes. Through the example of the Hungarian scene, in my paper I intend to examine how Hungarian hardcore punks reconcile in their discourses and practices the *do it yourself* mentality and underground logic of their subculture with the use of the Internet for subcultural purposes.

*Mariann Fekete: Intensive Culture-consumers on the Internet. Leisure Time-structure, Internet Usage, Culture-consumerism*

The ongoing spreading usage of the computer and the Internet has caused some fundamental changes in leisure time activities, in the field of mass media and in culture consumerism as well. The information-communication devices are enhancing the possibility of interaction and they are able to make consumers’ needs satisfy in culture-consumerism. The computer and the Internet are not only ways which enable the user to enter information society and utilize this world-wide communication network; but they can also make the user take an advantage from the outstanding community-organizing potential of technology itself. The Internet enables individuals and groups with high cultural preferences to make their cultural consumerism much wider, more colourful with the help of technological devices. I would like to present a sociological analysis of an internet group whose members are connected by music taste and preferences. I attempt to compare it to the relevant, national data as well.

*Rita Glózer: Parodistic Videos on the Internet and the Use of Internet by the Youth*

According to common sense, youngsters are more likely to turn their backs on politics. In my paper I would like to throw some light on the subject by introducing a new form of mediated political reflexivity on various social and cultural issues. The phenomenon works through humorous and parodistic videos which are based on remixes of popular movies, songs, talk shows and news items and are circulating on social websites. Quite often the “actors” of these videos are “everyday celebrities” such as the homeless, the poor and the socially deprived. By using parody and hyperbola, the videos mock contemporary social setting that is based on entertainment and consumption, but in reality is cruel, violent, addictive and

segregating. My hypothesis is that ridicule is a symbolic act through which youngsters distance themselves from social injustices while the order is re-established. In sum, youngsters who tend to reject taking part in serious political acts can still make their voice heard in these videos.

*Mariann Domokos and Katalin Vargha: Digital Folklore of Political Elections in Hungary 2014*

In the 21st century, digital media (including e-mails, videos, blogs and social networks) play an important role in political communication. This stands not only for the official communication of political campaigns, but for political folklore conveyed by Internet and mobile phones as well, that is also suitable for shaping and strengthening group identity beyond the transmission of political message. The Hungarian folklore of political elections has been investigated by several scholars in the last few years (e.g. Géza Balázs, Ilona Nagy, Tamás Bodoky). In our present study we examine the parliamentary elections in Hungary, 2014 and the preceding campaign focusing on the related digital folklore. Interpreting Internet as a field of collecting we seek the answer to the digital folklore reacting quickly to the actual events whether fit into the structure of traditional folklore genre. If so, what is the relationship between texts and genres of traditional and digital folklore? How repetitive folklore elements appearing throughout the campaign can be identified? How should we interpret them? Is it possible to distinguish certain schematic patterns of thinking in the election folklore? We approach the election folklore from a folkloristic point of view, which is thoroughly scrutinized formerly by social and media scientist from other perspectives. We also focus on how new forms of phenomena can be expected within this framework of interpretation.

*Géza Balázs: Netfolklore. Intermediality and Diffusion*

The study sets out to determine the internet folklore, which can be identified most effectively in transitional stages, by approaching the folklore of the technocultural age from a folkloristic and technological perspective and by presenting the phenomena of mediality and diffusion. The novelty in the approach is that it connects folkloristic phenomena to new communicative (linguistic) modes of existence.

*András Vajda: Popular Culture on the Internet. Usage, Contexts, Functions*

One of the consequences of the global spread of internet usage is that the knowledge about a region's popular culture (cultural heritage) is presented most frequently on the internet, such as on websites of local governments, micro regional associations, traditional preservers groups, touristic associations, cultural institutions, museums, research centres, touristic enterprises, blogs, different social and file sharing sites. The internet becomes the new public space of traditional culture. In these new circumstances the habits and rites of fixing, storing and refurbishing are changed, and as a result, the reproduction, preservation and consumption of local culture changed as well – in a word, it changed the construction and communication of local heritage and identity. At the same time, it required the redefine of several questions, bringing on new hypothesis and interpretation frames. Present study tries to seek these answers from the ethnographer's point of view.

# Szerzőink

BALÁZS GÉZA

nyelvész, néprajzkutató, ELTE BTK Mai Magyar Nyelvi Tanszék (Budapest), Partiumi Keresztény Egyetem (Nagyvárad)

CSÁJI LÁSZLÓ KOPPÁNY

PhD-hallgató, PTE BTK Interdiszciplináris Doktori Iskola, Néprajz – Kulturális Antropológia Doktori Program (Pécs)

DOMOKOS MARIANN

folklorista, jogász, MTA BTK Néprajztudományi Intézet (Budapest)

FARKAS JUDIT

néprajzkutató, kulturális antropológus, PTE BTK Társadalmi Kapcsolatok Intézete, Néprajz – Kulturális Antropológia Tanszék (Pécs)

FEKETE MARIANN

doktorjelölt, ELTE TáTK Szociológia Doktori Iskola (Budapest)

GLÓZER RITA

kommunikációkutató, PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék (Pécs)

LAJOS VERONIKA

etnográfus, kulturális antropológus, MTA-DE Néprajzi Kutatócsoport (Debrecen)

MÁTYUS IMRE

médiakutató, Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék (Szeged)

NAGY KÁROLY ZSOLT

kulturális antropológus, MTA BTK Néprajztudományi Intézet (Budapest)

SZIJÁRTÓ ZSOLT

médiakutató, PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék (Pécs)

VAJDA ANDRÁS

néprajzkutató, osztályvezető, A Hagyományos Kultúra és Művészeti Oktatás Maros Megyei Központja (Marosvásárhely, Románia)

VARGHA KATALIN

folklorista, MTA BTK Néprajztudományi Intézet (Budapest)

VÁSÁRHELYI ÁGNES

PhD-hallgató, PTE BTK Interdiszciplináris Doktori Iskola, Néprajz – Kulturális Antropológia Doktori Program (Pécs)